

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
SOCIOLOGA CON MENCIÓN EN RELACIONES INTERNACIONALES**

**EL ESTADO Y LA REGULACIÓN DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LAS TENDENCIAS
MUNDIALES: EL CASO DE LAS CONCESIONES DE
RADIOFRECUENCIAS EN EL ECUADOR.**

NATHALY VALERIA OCHOA VERA

ANA ELIZABETH VILLALBA NORIEGA

DIRECTOR: ECON. MARCO ROMERO

QUITO, MARZO 2011

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **NATHALY VALERIA OCHOA VERA**, C.I. **0703834275**, autora del trabajo de graduación intitulado: “**El Estado y la regulación de los Medios de Comunicación en el marco de las tendencias mundiales: el caso de las concesiones de radiofrecuencias en el Ecuador**”, previa a la obtención del título profesional de **SOCIOLOGA CON MENCION EN CIENCIAS SOCIALES APLICADAS A LAS RELACIONES INTERNACIONALES** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 18 de marzo del 2011

Nathaly Valeria Ochoa Vera

C.I. 0703834275

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **ANA ELIZABETH VILLALBA NORIEGA**, C.I. **1600541591**, autora del trabajo de graduación intitulado: “**El Estado y la regulación de los Medios de Comunicación en el marco de las tendencias mundiales: el caso de las concesiones de radiofrecuencias en el Ecuador**”, previa a la obtención del título profesional de **SOCIOLOGA CON MENCION EN CIENCIAS SOCIALES APLICADAS A LAS RELACIONES INTERNACIONALES** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 18 de marzo del 2011

Ana Elizabeth Villalba Noriega

C.I. 1600541591

DEDICATORIA

Primeramente dedico este proyecto a Dios, quien ha estado a mi lado siempre dándome fuerza,
perseverancia y paciencia para seguir adelante.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida, quienes han velado por mi bienestar y a base de mucho sacrificio han logrado convertirme en una profesional. Su tenacidad y esfuerzo han hecho de ellos un gran ejemplo a seguir, siendo un apoyo incondicional en todo momento.

Y a mis abuelos, que con su cariño y bendiciones a la distancia, han sabido guiarme y ayudarme en mi carrera universitaria.

Nathaly Valeria Ochoa Vera.

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño:

A Dios que me dio la oportunidad de vivir y me ha regalado una maravillosa familia.

Con especial cariño a mis padres que me dieron la vida y me han acompañado en todo momento, ofreciéndome la oportunidad de estudiar y tener una carrera para mi futuro y sobre todo por creer en mí, siempre brindándome las fuerzas necesarias para continuar, por todo eso les estoy eternamente agradecida.

Y a toda mi familia en general que han hecho esto posible.

Anita Elizabeth Villalba Noriega.

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero agradecimiento para el Econ. Marco Romero, quien gracias a su paciencia y enseñanza, nos brindó su ayuda absoluta y conocimientos en la elaboración de este trabajo.

A nuestros profesores Abg. José María Morán y Mga. Alex Valle, a quienes les debemos gran parte de lo que hemos aprendido.

A la prestigiosa Universidad Católica, que nos abrió sus puertas para prepararnos como profesionales de éxito en un futuro competitivo.

Y a nuestras familias, que con su inmenso amor dieron todo por nosotras.

Nathaly Valeria Ochoa Vera.

Ana Elizabeth Villalba Noriega.

ÍNDICE

Introducción	1
---------------------	---

1. CAPÍTULO I

<i>Globalización: Tendencias y Debates en los Medios de Comunicación</i>	5
1.1 Lineamientos críticos de los medios de comunicación	6
1.1.1. Principales Teorías	8
1.1.2. Manuel Castells, “Comunicación y Poder”	16
1.2 Evolución y funciones de los medios de comunicación en la globalización	20
1.2.1. Antecedentes de la globalización	21
1.2.2. Características de la globalización y medios de comunicación	22
1.2.3. Funciones de los medios de comunicación	31
1.3 Tensiones entre el Poder Mediático y el Poder Estatal	36

2. CAPÍTULO II

Cambios en los medios de comunicación generados por las TICS	43
2.1 Dinámica de las TICS y sus efectos en las sociedades	43
2.2 Impacto de las TICS en los medios de comunicación	51
2.3 Las TICS en la Radio	57

3. *CAPÍTULO III*

Relaciones entre el Poder Estatal – Medios de Comunicación en el Ecuador60

3.1. Antecedentes y características principales 61

3.1.1. Políticas Nacionales de Comunicación 61

3.1.2. Medios de Comunicación como instrumentos de Poder y Manipulación 65

3.1.3. Características y Tendencias de la Radio 69

3.2. Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”.

3.2.1. Breve reseña del informe74

3.2.2. Algunos resultados de la investigación 75

3.2.3. Concentración económica y monopolización 90

3.2.4. Casos ilustrativos 94

4. CONCLUSIONES 106

5. BIBLIOGRAFÍA 116

6. ANEXOS I

EL ESTADO Y LA REGULACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LAS TENDENCIAS MUNDIALES: EL CASO DE LAS CONCESIONES DE RADIOFRECUENCIAS EN EL ECUADOR

Introducción

Con el paso del tiempo se han dado cambios en la sociedad que nunca habiéramos podido imaginar. El solo hecho de poder comunicarnos inmediatamente con otras personas en todas partes del mundo nos habría parecido insólito, así mismo tener conocimiento de los hechos en el momento que ocurren.

Conforme a las nuevas tendencias y nuevas tecnologías en las últimas décadas, el papel de los medios de comunicación creció y se hizo más relevante, influyendo en las relaciones entre el poder estatal y los medios. Es por esto que se ha venido discutiendo el papel que los medios tienen y deberían tener como los forjadores de la opinión pública; rol que han asumido a través de los años.

Gracias a los avances tecnológicos como las nuevas tecnologías de información y comunicación que han penetrado profundamente en la vida diaria de las personas, los medios han logrado alcanzar una importante posición de poder dentro de la sociedad.

Por ende es esencial analizar los medios de comunicación y el papel que juegan en las sociedades, sobre todo en nuestro país. Estamos conscientes de que este tema es muy amplio y complejo que requiere de mucho más análisis y estudio; por lo cual nuestro trabajo de disertación es acotado y solamente constituye un aporte al tema, siendo un aporte de elementos para la reflexión precisa y circunscrita a la radio.

A lo largo de este trabajo, nos hemos dado cuenta que los medios son el vínculo más importante de la comunicación, porque tienen el poder de conectar las sociedades, mostrar las diversas culturas y valores, informar sobre los acontecimientos políticos, sociales y

económicos que en ellas se presentan, sobre todo forjando las percepciones de la realidad que tienen los individuos.

Debido a esto los medios poseen una gran responsabilidad en las diversas sociedades porque tiene la capacidad de formar ideologías y culturas en los ciudadanos.

Hoy en día el mundo necesita estar informado de los acontecimientos más recientes y gracias a los medios de comunicación es un hecho palpable, porque a través de estos el ser humano puede acceder a la información inmediata, convirtiendo a los medios en una herramienta primordial de información.

La función de los medios es informar, entretener y analizar los acontecimientos que estén sucediendo y que se consideran de interés general en todos los estratos sociales.

De igual manera los ciudadanos tenemos derecho a ser escuchados y a expresar nuestras opiniones a través de los medios de comunicación, pero en la práctica esto no sucede porque la propiedad y manejo de los medios se encuentran concentrados en pocas manos y su línea ideológica se orienta casi exclusivamente por intereses económicos y/o políticos, prestando poca atención a las inquietudes ciudadanas.

Por esto, los medios de comunicación han llegado a acaparar tanto poder e influencia como lo tiene el Estado y la familia, que han ido formando al ser humano e implantando estándares de comportamiento que han definido la sociedad. Igualmente influyen de manera gigantesca en la realidad de los ciudadanos y sociedades porque manipulan el pensamiento económico, político y social desde sus intereses empresariales.

Sin duda, la utilización de los medios de comunicación para la búsqueda de intereses propios o de grupo y la manipulación de la información para llegar a los individuos y lograr objetivos de un sector específico, es una característica negativa y muy particular en los medios de comunicación.

Es claro que en la relación Estado-Medios está presente un conflicto, que se manifiesta a nivel mundial como por ejemplo Barack Obama con la cadena televisiva FOX y Berlusconi frente a los medios, a nivel de América Latina con Hugo Chávez y la regulación de los medios y en

nuestro país con Rafael Correa y las disputas con los medios. Por tal razón hemos decidido analizar este tema como trabajo de disertación, ya que se presenta como un tema actual y novedoso, que muy pocas personas lo han tratado y que representa una tendencia que está presente en la mayoría de países del mundo.

El objetivo general de este trabajo es examinar las relaciones entre el poder y los medios de comunicación para tratar de entender las tendencias actuales, analizando a título ilustrado el caso de las concesiones de radiofrecuencia y televisión en el Ecuador. Del mismo modo los objetivos específicos son: estudiar las tendencias globales de las relaciones Medios-Poder en el mundo, analizar las expresiones y la dinámica de las relaciones Medios-Poder en los países en desarrollo como el Ecuador y analizar el caso de las concesiones de radiofrecuencias en el Ecuador como ejemplo de las relaciones Medios-Poder, en este caso específico.

En nuestro marco teórico identificaremos varias teorías que más se acercan a nuestro tema de tesis desarrolladas a lo largo del primer capítulo, haciendo énfasis en el lineamiento crítico de Manuel Castells sobre *Comunicación y Poder*. Además explicaremos la evolución de los medios de comunicación y sus funciones, tomando como eje la globalización y para concluir analizaremos las tensiones entre el poder Mediático y poder Estatal a nivel mundial.

En la actualidad existen varias teorías o lineamientos críticos sobre los medios de comunicación, pero muy pocas enfocadas en la relación del Estado y el poder Mediático y ninguna teoría o lineamiento que nos sirva de guía o que nos ayude a explicar el problema del Estado y la regulación de los medios de comunicación.

La hipótesis que manejaremos en nuestro trabajo es que la dinámica de la relación Medios-Poder en el Ecuador está definida por una gama de intereses económicos y políticos que se confrontan.

Por lo tanto, en los siguientes capítulos abordaremos los cambios en los medios de comunicación generados por las nuevas tecnologías de información y comunicación, también presentaremos sus dinámicas y efectos en las sociedades, junto con su impacto en los medios de comunicación y más específicamente en la radio, sector en el cual concentramos nuestra tesis.

Por último analizaremos las relaciones entre el poder Estatal y medios de comunicación en el Ecuador, revisando los antecedentes y características generales como las políticas nacionales de comunicación, junto con un breve análisis sobre los medios como instrumentos de poder y los tradicionales grupos económicos de poder en los medios ecuatorianos, examinando finalmente las características y tendencias de la radio.

Como base de nuestro estudio utilizaremos el informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión” elaborado en el año 2009 por decreto ejecutivo N.-1445, donde se analizará algunos resultados de esta investigación, junto con los casos más actuales de concentración económica y monopolización de las frecuencias.

CAPÍTULO I:

Globalización: Tendencias y Debates en los Medios de Comunicación

Todos los ámbitos de la vida humana están determinados por procesos comunicativos. Sin la comunicación sería imposible la subsistencia de la especie humana, por lo tanto es una necesidad.

Gracias al desarrollo vertiginoso de la ciencia y la tecnología en la producción y difusión del mensaje, consideramos al siglo XX como la era de la comunicación masiva.

Es clara la cantidad de inventos y descubrimientos científicos que entre los siglos XIX y XX permitieron el desarrollo y democratización de las comunicaciones. Desde las innovaciones en la prensa escrita a la manipulación de las ondas electromagnéticas; desde el libro de bolsillo hasta la agenda electrónica, etc.; tecnologías desde la más simples y mecánicas hasta las más sofisticadas, han permitido la construcción y transformación de un mundo que en cien años presentó un desarrollo superior al del milenio anterior, modificando sustancialmente el planeta hasta hacerlo irreconocible.

Todos estos procesos de transformación crecientes han llamado nuestra atención, cuestionándonos su uso, su función, estructura, significado y más específicamente su impacto en las nuevas tecnologías de comunicación.

Debido a todas estas cuestiones, hoy podemos ver que los medios masivos de comunicación han copado todos los ámbitos de la vida humana, desde los abiertos e históricamente públicos, hasta los más recónditos y privados, configurando una influencia de la cual ningún individuo puede sustraerse.

En este capítulo trataremos tres temas fundamentales que nos permitirán entender a los medios de comunicación, en base a sus funciones y efectos en la sociedad global, y en diversos campos; sobre todo en lo político y su relación con el poder Estatal.

Además, trataremos los diversos lineamientos críticos sobre los medios de comunicación, con énfasis en la obra de Manuel Castells sobre “Comunicación y Poder”, apoyándonos en su deseo por construir una teoría significativa que entrelace el Poder Mediático y Poder Estatal, porque hoy en día no se ha encontrado una teoría específica que incluya exclusivamente estos dos elementos.

1.1 Lineamientos críticos de los Medios de Comunicación

“Los medios de comunicación no son un ente que vive en el vacío absoluto; forman parte de la sociedad y de sus diversas instituciones, implican a personas bajo la forma de profesionales, público e interlocutores, todo ello en múltiples niveles y hace ya más de un siglo que se habla de los medios de comunicación, donde han sido muchas de las perspectivas de las cuales la sociedad ha sido anualizada y teorizada. En definitiva hay un vínculo estrecho que une a los medios de comunicación y a la sociedad.”¹

Federico Boni

La noción de comunicación, según importantes filósofos de la comunicación, “abarca una multitud de sentidos y con la proliferación de las tecnologías y la profesionalización de las prácticas, se ha sumado nuevas voces a esta polifonía que hace de la comunicación y de los medios, las figuras emblemáticas de las sociedades del tercer milenio”².

En el siglo XIX, nacen nuevas visiones de la comunicación, así mismo, con el paso de los años, se ha ido proyectando una ideología de progreso, inspirada en parte por los mecanismos de comunicación.

Entre el siglo XIX y el siglo XX, se producen algunos de los cambios más asombrosos para la cultura occidental, formando la sociedad moderna; entre estos fenómenos se encuentran: el

¹ Boni, Federico. “Teoría de los medios de comunicación”. Aldea global, Valencia 2008.

² Mattelart, Armand y Michele. “Historia de las Teorías de la comunicación”, Ediciones Paidós, Barcelona 1997. Pág. 9.

surgimiento del sistema fabril, la migración de la población del campo a la ciudad, la urbanización, la civilización industrial y de masas, entre otras.

De este modo, se desarrolla la sociedad de masas junto con el surgimiento de las grandes metrópolis, que configuran una sociedad urbanizada y la producción industrial.

Por ende, “el crecimiento desmesurado de las ciudades, el nacimiento y difusión omnipresente de los medios de comunicación y lenguaje de masas, el desarrollo de los nuevos medios de comunicación y tecnologías, junto con el incremento de la industria, terminan inevitablemente por rediseñar y reconfigurar el perfil de cultura y sociedad en el mundo”.³

Hoy en día nos encontramos en un continuo proceso llamado globalización, que ha desarrollado procesos económicos fundados en el libre flujo y la circulación de mercancías y capitales a escala mundial; esta dinámica incluye procesos políticos y tecnológicos, que apuntan hacia una decadencia parcial del Estado nación, un modelo de democracia importado de los prototipos catalogados como ideales, tal es el caso estadounidense.

En resumen, participamos cada vez más de una globalización del consumo y de los estilos de vida occidentales, que a menudo muestran fenómenos de hibridación y confusión de culturas; todas estas manifestaciones se vinculan directamente con el funcionamiento los medios de comunicación.

Pero, aunque parezca un punto muy común y estudiado entre los críticos de la comunicación, este campo de estudio aún no ha alcanzado la madurez y estabilidad de otras disciplinas que, si bien poseen una mayor tradición intelectual y académica, se ocupan de fenómenos que no alcanzan la importancia y la influencia social de los medios de comunicación.

Pensar en la comunicación y reflexionar sobre ella en niveles de investigación básica o fundamental, es una tarea que va más allá del simple estudio académico.

Comenzaremos por establecer que una teoría o un lineamiento crítico de los medios de comunicación, constituye un intento por comprender y explicar que son los medios; de identificar los aspectos esenciales y pertinentes de su funcionamiento; de evidenciar su

³ Boni, Federico. “Teoría de los medios de comunicación”. Aldea global, Valencia 2008, Pág. 53.

desarrollo en la historia y en la sociedad y de interpretar las interacciones que se presentan con otras situaciones sociales.

Por tal razón, identificaremos y describiremos con una perspectiva panorámica, los distintos lineamientos críticos en los que se pueda teorizar a los medios de comunicación.

1.1.1. Principales Teorías

Para hablar de las principales teorías, que con el paso del tiempo han llegado a constituir un cuerpo de conocimientos sobre los medios de comunicación, vamos a articular y examinar diferentes conceptos, tomados básicamente del libro “Teoría de los medios de comunicación” de Federico Boni, donde podemos destacar las siguientes:

- **Noam Chomsky**; analista americano, considera a la producción mediática como propaganda, porque los contenidos de los medios de comunicación, serían meros instrumentos propagandísticos procedentes de las grandes organizaciones mediáticas; siendo la propaganda un sistema propuesto para la comunicación de mensajes y símbolos, cuya función es la de divertir, entretener, informar e inculcar en los individuos, valores, opiniones y códigos de comportamiento que los integran en las estructuras institucionales de la sociedad.

Pero en realidad se los ve como un instrumento de control en manos de las élites que dominan el poder, aspecto que es más difícil ver en las democracias liberales que en los regímenes dictatoriales, donde el control de los medios es más evidente. Esta confusión que opaca el verdadero papel de los medios de comunicación dentro de la sociedad provoca no solo, que el público ignore completamente esto, sino que los mismos profesionales que trabajan en las industrias mediáticas actúen como mecanismos de este sistema, por lo tanto, las grandes compañías mediáticas se consideran instrumentos de poder al servicio de las jerarquías económicas.

- **Dallas Smythe**; crítico americano, afirma que “el público de los medios de comunicación, se está convirtiendo cada vez más, en un bien de consumo, que se vende a los anunciantes publicitarios”⁴.

Según sus críticas, el verdadero producto de los medios de comunicación no son los programas, sino es el público que éste medio consigue vender a los patrocinadores, que son la fuente de ingresos de la empresa, constituyendo la riqueza de los medios de comunicación.

- También existen otras críticas como la de la **Escuela de Chicago**, en 1910, cuyo “enfoque microsociológico de los modos de comunicación y medios en la organización de la comunidad, armoniza con una reflexión sobre la función del instrumento científico en la resolución de los grandes desequilibrios sociales”⁵.

Para esta escuela, los medios de comunicación se consideran medios de adaptación funcionales para la reproducción del status quo.

Sus principales figuras fueron **Robert Ezra Park** y **E.W. Burgess**, que desde 1915 hasta 1935, han contribuido con importantes investigaciones dedicadas a las áreas migratorias, a la heterogeneidad social, al desarrollo de la industria, el comercio y sus consecuencias.

“El campo de observación y estudio privilegiado por la Escuela de Chicago es la ciudad como “*laboratorio social*”, con sus signos de desorganización, marginalidad, aculturación, asimilación; la ciudad como lugar de movilidad”⁶.

También reflexiona sobre la función de la prensa en el ámbito de la información, es decir, la función que puede tener la prensa en un escenario tan complejo y heterogéneo.

⁴ Boni, Federico. “Teoría de los medios de comunicación”. Aldea global, Valencia 2008. Pág. 97.

⁵ Mattelart, Armand y Michele. “Historia de las Teorías de la comunicación”, Ediciones Paidós, Barcelona 1997. Pág. 23.

⁶ Ibíd. Pág. 24.

En esta perspectiva, la prensa es considerada como un factor de modernización y de movilidad social porque los medios de comunicación tienen un papel decisivo, que es el de contribuir a definir estilos y modelos de la vida cotidiana, en una progresiva difusión de cultura.

- A partir de la Segunda Guerra Mundial, surge un enfoque clave, que es la ***Perspectiva Funcionalista***, que impulsa la ***Mass Communication Research***; este enfoque tiene gran importancia para la estabilidad social, porque los medios de comunicación se relacionan con el poder y ejercen la influencia sobre el público, ya que se constituyen en emisores de información, con el propósito de obtener un efecto sobre la sociedad.

Dos acontecimientos históricos que marcaron un hito en la comunicación masiva, estremecieron tanto a Estados Unidos como a la comunidad científica.

“El primero, el 30 de octubre de 1938, a través de CBS, Orson Welles y su Mercury Theatre, impactan a la audiencia radiofónica con la adaptación realista de la obra ya clásica de ciencia ficción La guerra de los Mundos del escritor inglés H.G Welles. El pánico colectivo que ocasionó tal emisión, utilizando los esquemas propios del noticiero radial y las fuertes discusiones que se suscitaron, atribuyeron la necesidad urgente de analizar la influencia de los medios masivos en los grandes conglomerados humanos.

El segundo ocurrió en Estados Unidos, entre el 21 y el 22 de agosto de 1943 durante la Segunda Guerra Mundial. Kate Smith, periodista de Radio Columbia, transmitió en una radiotón, sesenta y cinco notificaciones convocando a los oyentes a adquirir bonos de guerra. En tan solo 24 horas logró agitar el patriotismo, la responsabilidad y la competitividad de los norteamericanos, que las ventas sumaron 39 millones de dólares. Tal poder de convocatoria y convicción, dejó perplejos a los investigadores”.⁷

⁷ López, Forero Luis. “Comunicación y Medios de Información”, El Búho, Bogotá, D.C.2004, Pág. 68.

Ante tales precedentes, la sociología se mostró preocupada por analizar los posibles efectos de los medios masivos y de sus mensajes; aplicándose un estudio de cómo las estructuras sociales y el público son influenciados por los medios de comunicación masiva. A esta relación entre las estructuras sociales y los medios de comunicación se las llamaron funciones sociales.

Además, esta perspectiva plantea que los medios son utilizados por el Estado para vigilar a la sociedad y tener un vasto control sobre ella, así como también plantea que son un subsistema dentro del sistema social, donde nace la exigencia de centrar la atención sobre las funciones y los efectos aceptables de la acción de los medios de comunicación sobre la sociedad.

Podemos incluir también a los siguientes representantes:

- ***Harold Dwight Lasswell***, teórico americano, que desarrolla un modelo muy útil, que nace en un contexto histórico y sociocultural crucial, no solo para la moderna comunicación de masas, sino para la historia del siglo XX; sus estudios se llevan a cabo entre las 2 Guerras Mundiales, cuando se presencia el nacimiento del propio fenómeno de las comunicaciones de masas y la experiencia de los regímenes totalitarios en Europa.

Lasswell considera que en esta etapa la propaganda y la democracia van de la mano; ya que éstas constituyen el único modo de suscitar la adhesión de las masas y pueden ser utilizadas para diversos fines, consagrando a los medios como “instrumentos de circulación de símbolos eficaces”⁸.

⁸ Mattelart, Armand y Michèle. “Historia de las Teorías de la comunicación”, Ediciones Paidós, Barcelona 1997. Pág. 28.

Además, inserta la visión de que los medios de comunicación actúan según el modelo de la “*aguja hipodérmica*”⁹, ya que impacta directamente al público sin ninguna posibilidad de mediación.

También examina las propagandas que se usaban en los regímenes europeos post segunda Guerra Mundial y durante la Guerra Fría, demostrando que los ciudadanos podían ser controlados y manipulados.

Para Lasswell, los nuevos medios de comunicación serían instrumentos indispensables para la gestión gubernativa de las opiniones, ya sea en condiciones democráticas o dictatoriales, porque las propagandas suministradas por los medios, no solo constituyen el instrumento para obtener el consenso de masas, sino que también controla el consumo.

Su fórmula sostiene que hay que preguntarse: ¿Quién comunica que, por cual canal, a quien y con qué efecto?, con el fin de obtener una auténtica teoría de la comunicación relacionada a una teoría contemporánea informativa.

- En el mismo lineamiento se encuentra el sociólogo **Paul F. Lazarsfeld**, que estudia la composición del público de los medios y los efectos de la influencia ejercida sobre los ciudadanos electores en procesos de toma de decisiones, en las campañas políticas y el papel del contexto social dentro del cual los procesos de comunicación de masas se concretizan.

Igualmente, “los medios representan un nuevo tipo de control que sustituye sutilmente el control social brutal que antes se ejercía y que la sociedad moderna ya no tolera, además los medios son causantes del conformismo de masas y deterioran el nivel de la cultura popular, alimentando gustos vulgares”¹⁰.

⁹ Teoría de la aguja hipodérmica: http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_hipod%C3%A9rmica

¹⁰ López, Forero Luis. “Comunicación y Medios de Información”, El Búho, Bogotá, D.C.2004, Pág.71.

- Del mismo modo, **Robert Merton**, analiza que los medios de comunicación tienen la función de imponer normas sociales, ya que con sus informaciones, juicios, valoraciones y críticas, proponen e imponen a la sociedad un mismo modelo de interpretación de la realidad y de la historia.

Conjuntamente,

“los medios son responsables de la existencia de una gran masa de la población inerte y amorfa; ya que los medios contribuyen, disfuncionalmente a la potenciación de esta inactividad y apatía. Aun así al invadir a los individuos con información, pueden sustituir en ellos el deseo de actividad, de participación real por estar informados”¹¹.

Pero para muchos otros críticos, este lineamiento es contradictorio porque los medios de comunicación pueden tener una notable presencia en cada individuo, pero estos no influyen en todas sus actividades y decisiones, porque no son máquinas robóticas que se nutren exclusivamente de los medios.

- A partir de los años 40, aparece la **Teoría de la información**, que ve a los medios de comunicación como una realidad cada vez más presente en la escena social, cuya difusión es extensa e importante para las sociedades, ya que “los medios son instrumentos claves de dirección social, que fuerzan y garantizan la reproducción de la sociedad al servicio de intereses determinados”¹².

Sus principales exponentes son **Shannon y Weaver**, ellos explican que esta teoría es un modelo que se ocupa de la transmisión óptima de los mensajes; pero en sí esta teoría es exclusiva para los medios de comunicación, ya que se encarga de la cualidad y la cantidad de señal transmitida y no del significado que influye en las sociedades.

- Otra importante teoría, es la **Teoría de la sociedad de masas**, que

¹¹ Moragas Spà, Miquel de. “Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa”, Gustavo Gili, México 1993, Pág. 48.

¹² López, Forero Luis. “Comunicación y Medios de Información”, El Búho, Bogotá, D.C.2004, Pág.72.

“destaca la interdependencia entre las instituciones que detentan el poder y sostiene que, los medios de comunicación se integran a las fuentes de poder y autoridad sociales, ya que el contenido de los mensajes se encuentra al servicio de quienes poseen el poder político y económico”¹³.

- Además, existen ciertas perspectivas marxistas como la *Teoría Político-Económica de los Medios de Comunicación*, la *Teoría de la Hegemonía de los Medios de Comunicación* y la *Escuela de Frankfurt*, las cuales establecen que los medios de comunicación son fundados por élites sociales y la subordinación a sus intereses; lo que convierte a los medios en aliados de las sociedades capitalistas y de los dueños de grandes poderes.

La **Escuela de Frankfurt**, “analiza la idea de una estructura social cada vez mas jerárquica y autoritaria, con la de una industria cultural cada vez más desarrollada y difundida; el resultado es una total manipulación del individuo por parte de los productos de la cultura de masas”.¹⁴

Por lo que manifiesta, que en los medios de comunicación existe una fuerte carga ideológica, que los vuelve peligrosos instrumentos de poder y de dominación porque tienen una total conexión con el sistema capitalista.

Un importante filósofo dentro de la escuela de Frankfurt es *Jurgen Habermas*, con su teoría de la acción comunicativa, que “observa cómo la interacción social del ser humano pasa de estar basada en ritos y lo sagrado, a la potencia del signo lingüístico, con la fuerza racional de las verdades sometidas a crítica.

Las estructuras de acción comunicativa orientadas a un acuerdo se vuelven cada vez más efectivas tanto en la reproducción cultural como en la interacción social o en la formación de la personalidad”¹⁵.

¹³ Teorías críticas de los medios de comunicación: <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>

¹⁴ Boni, Federico. “Teoría de los medios de comunicación”. Aldea global, Valencia 2008, Pág. 223.

¹⁵ Acción Comunicativa: http://es.wikipedia.org/wiki/Acci%C3%B3n_comunicativa

- Otro exponente muy trascendental es **Marshall McLuhan**, el cual focaliza su atención en el impacto de las tecnologías comunicativas en la sociedad y en sus dos enunciados más famosos, “*el medio es el mensaje*” y “*la aldea global*”; donde afirma que toda la época histórica ha estado condicionada por las formas tecnológicas y de comunicación, porque tienen la propiedad de revolucionar al mundo, como en una época lo fue el alfabeto fónico, más tarde lo sería la imprenta y posteriormente la electrónica; causando cambios culturales de vital importancia para la humanidad.

McLuhan concibe a los medios de comunicación como extensión de los sentidos, permitiendo al hombre ampliar su radio de percepción sensorial.

Gracias a su tecnología innovadora, “cada nuevo medio de comunicación transforma sustancialmente el entorno social y modifica, radicalmente, tanto la sensibilidad humana y su visión del mundo, como sus niveles de conciencia”¹⁶.

Un autor más actual es, **Meyrowitz** que estudia el impacto de los medios de comunicación y tecnologías sobre el comportamiento social en un mundo globalizado. Propone que “la televisión es responsable de un importante cambio cultural hacia las nuevas e igualitarias interacciones de los seres humanos”¹⁷.

- Otra teoría más reciente es la del **Espiral del Silencio**, propuesta por **Elisabeth Noelle-Neuman**, que “se ocupa de los individuos, condenados hoy, a un individualismo cada vez mayor, a los contenidos y las opiniones expresadas diariamente por los medios de comunicación y al intento de conectarlos”¹⁸; llevando a los medios de comunicación a formar parte esencial en cada persona, mediante sus informaciones y opiniones.

Esta breve sistematización teórica, nos permite identificar diferentes razonamientos para orientar nuestro trabajo de una manera mucho más completa y analítica.

¹⁶ López, Forero Luis. “Comunicación y Medios de Información”, El Búho, Bogotá, D.C.2004, Pág.72.

¹⁷ Joshua Meyrowitz: http://en.wikipedia.org/wiki/Joshua_Meyrowitz.

¹⁸ Boni, Federico. “Teoría de los medios de comunicación”. Aldea global, Valencia 2008, Pág. 232.

1.1.2. Manuel Castells, “Comunicación y Poder”.

Nuestro trabajo de disertación se va a guiar en los lineamientos teóricos que plantea *Manuel Castells*, en sus diversos textos, pero fundamentalmente, en su última obra “*Comunicación y Poder*”, publicada en el año 2009, donde propone un nuevo enfoque para comprender el poder en la realidad social y así avanzar en la construcción de una teoría, empíricamente fundamentada, sobre el poder en la sociedad de red equivalente a una teoría comunicativa del poder.

La comunicación es y será, “fundamental para la definición de las normas de la sociedad y la aplicación de dichas normas a la vida diaria en torno al moldeado de la mente, ya que es mediante la comunicación como la mente humana interactúa con su entorno social y natural”¹⁹; este proceso de comunicación opera de acuerdo a la estructura, la cultura, la organización y la tecnología, y puede influir decisivamente en la forma de construir y desafiar las relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales, incluida la política.

Existen diversos análisis donde “el poder es algo más que comunicación y comunicación algo más que poder, ya que el poder depende del control de la comunicación y la comunicación de masas, la comunicación que puede llegar a toda la sociedad, se conforma y gestiona mediante relaciones de poder enraizadas en el negocio de los medios de comunicación y en la política del estado”²⁰; es decir, el poder de la comunicación está en el centro de la estructura y dinámica social.

El poder es el elemento fundamental que tratamos en nuestro trabajo, es por eso que el proceso de formación y ejercicio de poder se transforma radicalmente en “el nuevo contexto organizativo y tecnológico, derivado del auge de las redes digitales de comunicación globales y se erige en el sistema de procesamiento de símbolos fundamentales de nuestra época”²¹.

Según Michael Mann, “en un sentido muy general, el poder es la capacidad para perseguir y lograr objetivos mediante el dominio de lo que nos rodea y construye significados en la mente humana, mediante procesos de comunicación que tienen lugar en las redes multimedia

¹⁹ Castells, Manuel. “Comunicación y Poder”. Alianza Editorial, S.A., Madrid 2009, Pág. 24.

²⁰ Ibíd. Pág. 23.

²¹ Ibíd. Pág. 25.

globales-locales de comunicación”²². Es así que las teorías sobre el poder y la observación histórica apunta a la importancia decisiva del monopolio de la fuerza y de la violencia por parte del Estado como origen del poder social.

Pero hoy en día, con las tendencias globales, el Estado se convierte en una parte más de una red determinada, la cual, “opera en una red de interacción entre instituciones nacionales, supranacionales, internacionales con nacionales, regionales y locales que alcanzan a las organizaciones de sociedad civil”²³.

Los medios de comunicación, en gran parte, han sido los que determinan las formas de poder y contrapoder en la sociedad red, mediante el gran patrimonio de capital que manejan; así mismo, la información que transmiten está en función de quienes tienen el poder político y económico.

Entonces, los medios estarían favoreciendo a las clases dominantes y manipulando al resto para su propio beneficio, eliminando el papel decisivo del Estado, lo que nos indica que cualquiera que disponga del dinero suficiente, incluidos líderes políticos, podrá tener más oportunidades que funcionen a su favor.

Según Daniel Solove,

“la creciente influencia de las empresas del sector de los medios de información y comunicación sobre las instituciones públicas reguladoras puede poner la revolución de las comunicaciones al servicio de los intereses empresariales. Además las burocracias gubernamentales, las elites políticas o los aparatos ideológicos y religiosos con frecuencia reducen y vigilan la libertad de expresión y comunicación del sistema global-local”²⁴.

Es por esto que la concentración de la propiedad y el manejo de los medios por ciertos grupos mediáticos a nivel mundial no es algo nuevo, ya que la historia está llena de ejemplos de control oligopólico sobre los medios de comunicación; el control sobre el espacio de la comunicación siempre ha sufrido vaivenes como resultado de los cambios complementarios y

²² Mann, Michael, “Las Fuentes del poder social”. Alianza Editorial, S.A., Madrid 1991, Pág. 6.

²³ Castells, Manuel. Comunicación y Poder. Alianza Editorial, S.A., Madrid 2009, Pág. 70.

²⁴ Solove. Daniel J. “The digital Person, Technology and Privacy in the Information Age”. University Press, New York. Pág. 168.

contradictorios en la regulación, los mercados, el contexto político y las innovaciones tecnológicas.

En efecto, la comunicación y sus medios, son una práctica regulada por instituciones políticas en todos los países, debido al papel esencial que desempeña la comunicación tanto en el comportamiento como en la cultura de la sociedad.

En cuanto a la revolución de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, en adelante TICS, son un elemento fundamental de la actual innovación tecnológica, sus consecuencias en las comunicaciones dependen de decisiones políticas que son resultado de los debates y conflictos entre las empresas y grupos de intereses sociales y políticos, que pretenden establecer un régimen regulador de acuerdo a sus intereses.

En todo el mundo también se ha producido una “tendencia generalizada a la liberalización, privatización y desregulación de las telecomunicaciones y emisiones desde los años ochenta, junto con una separación clara entre regulación de los medios de comunicación y la regulación de las telecomunicaciones”²⁵.

Desde mediados de los ochenta hasta el final de la primera década del siglo XXI, se ha producido cambios en la regulación de las comunicaciones en todos los países, con diferentes orientaciones y énfasis dependiendo de la cultura y la política de cada país. Sin embargo, se ha dado una tendencia dominante hacia la liberalización, privatización y desregulación de los sectores de telecomunicación, radio y televisión.

Según nuestro autor,

“en el origen de este cambio estuvo la ola de políticas liberalizadoras vinculadas a las nuevas estrategias económicas en el contexto de la globalización, el rápido cambio tecnológico que abrió un nuevo universo de posibilidades de comunicación y el cambio cultural hacia el individualismo y la libertad de elección que debilitó los fundamentos del conservadurismo ideológico, especialmente en los países desarrollados”²⁶.

²⁵ Castells, Manuel. “Comunicación y Poder”. Alianza Editorial, S.A., Madrid 2009, Pág.156.

²⁶ *Ibíd.* Pág. 157.

De esta forma, quien este en el poder político, siempre va a tener un amplio acceso a cualquier grupo de comunicación.

Esto nos demuestra que los dueños de los grupos mediáticos tanto globales como locales, son los que ostentan el poder, pues poseen los recursos financieros, legales, institucionales y tecnológicos para organizar y gestionar los medios de comunicación.

Siendo, en última instancia, los que deciden el contenido y el formato de la comunicación, según se adapten a sus objetivos, beneficios, construcción del poder, producción de cultura, etc.

De igual manera, se da la política mediática, donde nuestro autor plantea que

“es la forma de hacer política en/y a través de los medios de comunicación. Así mismo los medios de comunicación, en conjunto no son neutrales, tal y como proclama la ideología del periodismo profesional, ni tampoco son instrumentos directos del poder estatal, con la excepción obvia de los medios de comunicación en regímenes autoritarios”²⁷.

Dada la diversidad de actores en los medios de comunicación, estos intereses también son diversos, incidiendo sobre intereses económicos, culturales y políticos, directamente implicados en la dinámica del Estado.

Así pues, “las reglas del juego político en los medios de comunicación dependerán de sus modelos de negocio concreto y de su relación con los actores políticos y audiencia”²⁸. Efectivamente, la política mediática es un importante elemento de una forma más amplia de la política como instrumento decisivo para crear poder.

Un ejemplo muy pronunciado en la obra del autor, es el del magnate Rupert Murdoch y su red multimedia News Corporation, que ejerce un control asombroso sobre una amplia gama de medios de comunicación en el mundo; usando su poder mediático para intervenir en la construcción de imágenes e informaciones en la política y finanzas; y para expandir su propia red de negocios de comunicación.

²⁷ Castells, Manuel. “Comunicación y Poder”. Alianza Editorial, S.A., Madrid 2009, Pág. 262.

²⁸ Ibíd. Pág. 263.

En política, ha jugado un papel de apoyo a varios actores políticos, como por ejemplo

“en Estados Unidos tras el 11 de septiembre/ 2001, puso las plataformas de sus medios, en particular la cadena televisiva Fox News, al servicio de la estrategia de la administración Bush en la guerra contra el terrorismo y la guerra de Irak, al mismo tiempo que donaba más dinero a los candidatos demócratas que a los republicanos”²⁹; es así, que influye en zonas claves del mundo, beneficiando enormemente sus negocios.

Por consiguiente, el poder que ciertos grupos mediáticos han logrado abarcar, se construye en torno a sus intereses y estos se desenvuelven en diferentes redes formando una fuente fundamental del poder.

1.2. Evolución y funciones de los medios de comunicación en la globalización.

Como lo señalan algunos estudios, la globalización es un proceso polifacético como lo económico, político, comercial, social y del medio ambiente.

La palabra globalización se aplica a tres campos:

“El desarrollo económico: que involucra a las inversiones, a las crecientes relaciones comerciales como por ejemplo, la integración económica entre países, la llegada de las empresas transnacionales y el cambio en los patrones de consumo.

El desarrollo tecnológico: porque ha permitido la unión entre el satélite y el computador, la invención de nuevos medios de comunicación como la televisión por cable y el internet.

El desarrollo político: ya que, hoy en día las empresas llevan a cabo el comercio internacional sin necesidad de ayuda por parte del estado”³⁰.

²⁹ Castells, Manuel. “Comunicación y Poder”. Alianza Editorial, S.A., Madrid 2009, Pág. 360.

³⁰ Weijers Servas, Jorge René y Van Lent Danny, Seminario sobre Ecología y Medio Ambiente, Harvard University, 20 de octubre de 1998.

Los efectos que la globalización está causando son relativamente amplios; entre ellos destacaremos los siguientes:

- *La fragmentación política.*
- *Modificaciones en la economía y en la tecnología:* La economía internacional ha cambiado mucho en los últimos años con la conformación de bloques económicos y la apertura de nuevos mercados. Por su parte, los medios de comunicación se han desarrollado mucho, permitiendo que las personas estén conectadas a cualquier hora en cualquier lugar del mundo.
- *Confrontación étnica:* En algunos países han surgido nacionalismos como respuesta a la amplia gama de migración en el mundo.
- *Proteccionismo:* Muchos países intentan a toda costa proteger las empresas nacionales de los devoradores transnacionales que traen, generalmente, una producción de mayor calidad y a menor precio. Los gobiernos optan por este tipo de política económica para velar por el bienestar de las empresas nacientes, que en un futuro constituirán un sector estratégico para la reactivación económica.
- *Vulnerabilidad financiera.*
- *Cambio en los patrones de consumo:* debido al ingreso de propagandas y productos internacionales que son definidos por los medios de comunicación a nivel mundial.³¹

1.2.1. Antecedentes de la Globalización.

Nadie puede precisar cuándo exactamente se ha iniciado el proceso de la globalización. Algunos autores como Wallerstein dicen que se inició con el capitalismo comercial entre el siglo XV y XVI; otros dicen que fue cuando Colón llegó a América, porque en ese momento el mundo entero pudo comunicarse.

Otros investigadores coinciden en que este proceso comienza cuando se produce la Revolución Industrial porque es allí cuando se da una interdependencia entre las naciones y se empieza a usar el barco a vapor y el ferrocarril.

³¹ Ibíd.

Por su parte el economista Enrique Sierra, autor del artículo “*Impactos y Perspectivas para América Latina*”, considera que uno de los elementos históricos que han hecho posible que se dé el fenómeno de la globalización, ha sido la Revolución Industrial; ya que en el siglo XVIII se produjo un desarrollo científico, tecnológico y comercial que dio lugar a una mejor producción y distribución.

Todos estos antecedentes dieron como resultado el aumento de las relaciones comerciales, culturales, económicas, etc., entre los países.

Tenemos que indicar, que el paulatino desarrollo de los medios de comunicación ha sido uno de los factores principales que ha permitido que la globalización tome un gran impulso, acortando distancias espaciales y por tanto, ha mejorado la distribución de los productos y ha reducido sus precios.

1.2.2. Características de la Globalización y Medios de Comunicación.

Algunos de los elementos que han hecho posible la globalización son: el desarrollo del comercio, las privatizaciones de empresas estatales, la liberalización de la economía, entre otros.

Según varios críticos, las privatizaciones permiten que las empresas inviertan en nuestro país y traigan sus productos para que compitan con bienes y servicios subsidiados y de esta manera se aumente la calidad en la producción nacional.

El aumento de la producción y de la tecnología impulsó la apertura de mercados, lo que ayudó al desarrollo de la globalización. Los bienes necesitaban llegar rápidamente a su destino final o a sus consumidores, que se encuentran en todo el planeta. Además era necesario transmitir en el menor tiempo posible, grandes cantidades de información, por ejemplo de una empresa a otra.

La libertad económica permite la creación de un mercado global sin restricción alguna, lo que incentiva a la competitividad; elemento importante para el desarrollo de la globalización a nivel mundial.

La eliminación de aranceles en cuanto a importaciones, es necesaria para que entren al país bienes y servicios de todas partes. Al liberalizar el mercado se quitan obstáculos al comercio para que la oferta y la demanda, los precios, la calidad, etc., sean los que regulen el comercio de productos dentro del mercado.

“La globalización ha sido el resultado, en parte, de la internacionalización de la producción y de los movimientos de capitales de una empresa hacia sus subsidiarias, porque las actividades de producción se realizan en distintos países, sin que ningún estado pueda ejercer un control sobre ellas, ni sobre las transferencias de capital”³².

Otra de las características de la globalización es el rápido desarrollo de las empresas transnacionales;

“La tecnología y las comunicaciones reestructuran los mercados mundiales, haciendo posible y a la vez necesaria la producción transnacional. Para facilitar tales operaciones está tomando forma un sistema monetario de la era del reactor, una red bancaria electrónica mundial, que no hubiera sido posible si no existiera el satélite y el ordenador”³³.

Según algunos estudiosos y pensadores, “El mundo ha avanzado más en lo que va corrido del siglo XX, que en los veinte siglos anteriores”³⁴.

Siete décadas han sido más que suficientes para revolucionar las formas de vida y organización en el interior de las sociedades, teniendo como base el vertiginoso avance científico y tecnológico.

Las carretas tiradas por caballos, las mulas como animales de carga, van desapareciendo para dar paso al automóvil y al avión, con toda la innovación que estos adquieren cada día.

El individuo encargado de recorrer cientos de kilómetros, con los mensajes de una población a otra, se ve desplazado por el telégrafo y todo un sistema de comunicaciones que se hallaban en pleno surgimiento.

³² Salgado, Wilma. “Integración Comercial y Globalización”. Ediciones Centro Andino de Acción Popular, Quito, 1996. Pág.13.

³³ Alvin, Toffler. “La Tercera Ola”. Plaza & Editores, España. 1994, Pág. 294.

³⁴ López, Forrero Luis. “Introducción a los Medios de Comunicación”. 6ta impresión 1994.

Nuestros abuelos disfrutaron de una vida bien distinta a la que llevamos hoy en día: sin luz eléctrica, sin radio, sin cine o televisión; sin toda una serie de elementos que hoy se presentan como indispensables al desenvolvimiento cotidiano. No está lejana la existencia de una organización social que desde este punto de vista adquiriera formas diferentes de expresión, relación y actuación de los individuos que la configuran.

Además hoy en día las comunicaciones mediante internet, hacen que el mundo se encuentre permanentemente comunicado y que las actividades se lleven a cabo en todo el mundo.

Los medios de comunicación desde su nacimiento han tenido que llevar mensajes de un lado a otro. De tal forma que en los últimos tiempos, se ha criticado su enorme influencia en la vida social y económica de las personas.

En lo que respecta al consumo, su influencia ha sido decisiva, de modo que es importante conocer cuáles han sido los antecedentes de la actual tecnología de la comunicación de masas.

Como se conoce, “el origen de los medios de comunicación responde a la necesidad de comunicarse de las personas y su desarrollo se debe al incremento de la población, al progreso y a la aparición de las grandes urbes”.³⁵

Entre las causas que han permitido el actual sistema de comunicaciones, la más nombrada es la “Revolución Industrial”, que se dio a fines del siglo XVII, porque se buscaba inventar aparatos que hicieran más fácil el trabajo de los hombres.

Gracias a esta revolución, hoy podemos contar con la radio, el cine y la televisión; importantes medios por la necesidad de tener maneras eficaces de transmitir mensajes ante el acelerado crecimiento de las ciudades a consecuencia de la urbanización.

En la actualidad, es posible leer cualquier periódico del mundo gracias a la avanzada tecnología del internet y también los lectores pueden crear su propio periódico con las noticias subidas al internet de millones de periódicos en todas partes del mundo, los mismos que se pueden modificar, actualizar y llenar de noticias que sean consideradas de interés general.

³⁵ Mora, Alba Luz, “La Televisión en el Ecuador”, Editorial Amauta, Guayaquil, 1982. Pág. 5.

Sin duda, uno de los fenómenos que manifiesta con mayor evidencia los rápidos y profundos cambios que caracterizan al mundo moderno, es el de los *“medios masivos de comunicación”*.

Desde los tiempos más remotos, el hombre creó el lenguaje frente a la necesidad de comunicarse. Hoy en día, “la comunicación se ha ido convirtiendo en información, esto es una imposición de formas ideológicas o de pensamiento. Según el sentido aristotélico esto implica una relación “vertical” entre los dos polos de la comunicación, uno que habla, emite mensajes, ordena; y otro que calla obedece y acepta pasivamente estos mensajes”³⁶.

Lo novedoso de la comunicación moderna “radica en la tecnología empleada, en la forma vertiginosa como el lenguaje hablado o escrito, las imágenes y acciones de cualquier tipo, se reproducen en un instante y llegan simultáneamente a millones de personas”³⁷.

Cualquier acontecimiento puede ser de conocimiento mundial en instantes; porque los medios de comunicación hacen que desaparezcan las dimensiones de tiempo y espacio.

Las distancias, de cualquier tipo, en un momento dado no existen; cualquier suceso ocurrido en el mundo puede ser noticia casi paralelamente al hecho mismo, en todos los países, ciudades, pueblos, aldeas y aún en aquellos lugares más apartados, aislados y aparentemente incomunicados.

Los medios de comunicación masivos son el resultado de los avances científicos y tecnológicos, y revoluciones que tuvieron lugar en los siglos anteriores.

Para entender mejor esta situación, nos referiremos primero a la “Revolución Científica”³⁸ iniciada por el filósofo Descartes. La visión cartesiana de la realidad del mundo hizo de la tierra un nuevo objeto de estudio; hasta ese momento el hombre se sentía indefenso frente a la naturaleza que lo rodeaba, abandonado a la merced de las fuerzas misteriosas, se volvía a Dios en busca de protección, pues tenía la convicción de que ese Dios controlaba directamente al mundo natural.

³⁶ López, Forero Luis. “Introducción a los Medios de Comunicación”. 6ta impresión 1994. Pág. 18.

³⁷ Ibíd. Pág.19.

³⁸ Ibíd.

El avance del pensamiento científico significó un cambio radical en la vida del hombre de los siglos XVIII y XIX; porque se comenzó a estudiar las leyes de la naturaleza y a diferenciar las ciencias entre sí.

El mundo perdió su carácter mítico, mágico, amenazador y finalmente el hombre se fue haciendo dueño de la naturaleza, pues gracias al desarrollo de la ciencia la puede conocer, medir y predecir.

Es preciso considerar también otra gran revolución, que se enmarca en un acontecimiento determinante de la historia del siglo XIX: “La Revolución Francesa”³⁹. Esta marcó el fin de la estructura feudal del viejo mundo, para dar paso a una nueva estructura, sobre la base de la acumulación de capital, los ideales democráticos de la filosofía liberal, el reconocimiento de la dignidad de la persona humana, etc.

Por último la “Revolución Técnica”⁴⁰ e industrial, que descubrió progresivamente nuevas fuentes de energía, puestas al servicio de la productividad humana, generando un fenómeno de industrias de la producción. Esta producción masiva implicó una transformación en las condiciones de vida y en consecuencia, sus formas y canales de comunicación.

Con lo mencionado en párrafos anteriores, podemos afirmar que los medios masivos de comunicación son producto legítimo del capitalismo en su fase industrial. Por un lado, el desarrollo que la tecnología alcanzó hizo posible la presencia de estos medios, lo que dio origen a grandes inventos como la radio, la televisión, el cine e incluso la prensa, que nacida varios siglos antes adquiere carácter masivo en las primeras décadas del siglo XX.

Con los medios masivos de comunicación, se pretende un cambio de costumbres y formas de vida que no favorecen el avance de la comunidad misma; en el sentido de que no velan por las necesidades reales de las personas y su beneficio, sino que buscan el incremento de las ganancias de quienes logran finalmente vender más y consolidar sus capitales.

Es aquí donde los medios masivos de comunicación

³⁹ López, Forero Luis. “Introducción a los Medios de Comunicación”. 6ta impresión 1994. Pág. 22.

⁴⁰ Ibíd.

“adquieren máxima importancia, ya que por su conducta se logra ejercer el control de la llamada opinión pública. Su poder es tal que no solo imponen a los individuos un nivel de consumo, sino que en la misma medida logran interiorizar y legitimar un estereotipo de hombre, mujer, familia, etc., que garanticen la permanencia y producción del todo social”⁴¹.

Además, adquieren progresivamente la vanguardia dentro de los aparatos o instituciones con que cuenta la sociedad para lograr su reproducción. Surge así, el “imperativo de la comunicación masiva que, por un lado refuerza esa producción de mercancías en gran escala y por el otro entabla nuevas formas de control hacia los individuos que integran las sociedades que entran en esta nueva fase de desarrollo”⁴².

Estos medios son considerados como un gran invento del siglo XX, no solo por su punto de vista técnico, sino por cómo han transformado los modelos de vida característicos hasta comienzos de este siglo, estableciendo una herramienta muy eficaz para el control social, ya que estamos en un mundo dominado por las comunicaciones.

La complejidad del “fenómeno de la comunicación moderna ha hecho que esta se convierta en objeto de estudio de la ciencia. Sin embargo, esta preocupación es reciente y tales estudios no van más allá de la década del 40 o 50, más específicamente, la ciencia de la comunicación está a penas en periodos de construcción”⁴³.

Todo medio de comunicación nuevo constituye, al mismo tiempo, el punto de disputas entre las lógicas en competencia del Estado, del mercado y de la sociedad civil.

La mayoría de las reflexiones que giran en torno a los medios de comunicación, se enfocan tradicionalmente “en las instituciones mediáticas y de las tecnologías de la comunicación y en su capacidad de desempeñar un papel en la democratización de las sociedades”⁴⁴.

Ocasionado debates sobre las diferentes formas de regular los medios, sus contenidos y su propiedad.

⁴¹ López, Forero Luis. “Introducción a los Medios de Comunicación”. 6ta impresión 1994. Pág. 21.

⁴² *Ibíd.* Pág. 20.

⁴³ *Ibíd.* Pág. 22.

⁴⁴ *Ibíd.*

Históricamente, “las luchas por la libertad de prensa, y la libertad de expresión han estimulado y participado en las grandes batallas democráticas contra la censura, los derechos humanos, la esclavitud, etc. Estas luchas han contribuido en gran medida a la elaboración y la fundación de nuestras democracias y los principios y legislaciones que prevalecen en la actualidad en términos de derechos a la información y a la comunicación”⁴⁵.

Se une a esto, la reciente revolución digital “que viene a cuestionar a los medios de comunicación respecto a su propia definición y redefine su papel en términos completamente nuevos colocándolos en una sociedad de la información”⁴⁶ que se esfuerza por delimitar sus campos de acción.

Los medios de comunicación de masas como la radio, periódicos, televisión, Internet, se “realinean en función de una vocación mundial, que ya deja de lado el carácter nacional, buscando algo más que intervención. Además, el proceso de concentración de los medios se traduce como el control de una gran variedad de medios en los diferentes países y continentes; por ello no actúan como contrapoder al interior de los países, sino que buscan lugar dentro del poder para desempeñar su rol en la sociedad”⁴⁷.

Existen conglomerados que poseen más poder que algunos gobiernos, como por ejemplo AOL time Warner, Microsoft, Vivendi Universal, Viacom y Bertelsman, Disney: News Corporation, General Electric, Telefónica, entre otros. Estos no solo intervienen en comunicación y multimedia, sino que representan empresas multimillonarias como centros comerciales, cines, inmobiliaria, entre otras.

Como nos damos cuenta, a cada instante, estos conglomerados buscan penetrar en la sociedad y para esto, necesitan tecnología de último desarrollo que pueda hacer valer sus intereses comerciales y ambiciones de poder e influencia que, cada vez más, la despojan de su condición de derecho humano.

⁴⁵ Libertad de Expresión: <http://libertaddeopinion.wordpress.com/significado-2/>

⁴⁶ Los medios de comunicación y la globalización: <http://oasisdeisa.wordpress.com/2009/03/17/los-medios-de-comunicacion-y-la-globalizacion/>

⁴⁷ *Ibíd.*

Es evidente que la comunicación mediática perturba de múltiples maneras las estructuras de poder, identidad y desarrollo de las sociedades. En los últimos años hemos visto cambios radicales, especialmente en los ámbitos económicos y políticos, pero no por eso, son menos importantes que las transformaciones culturales y hasta cierto punto identitarias que han traído consigo las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) que se verán mas a fondo en el segundo capítulo.

La información como base de todo el sistema actual, se ha convertido en mercancía y en una de las principales referencias a la hora de planificar políticas locales y regionales. Por eso nos parece importante reflexionar con respecto a estas preguntas: ¿Quién produce la información?; ¿Quién controla los canales de distribución?; ¿Qué tipo de contenidos recibimos mayoritariamente?; y más en concreto ¿Cuál es la relación que existe entre los medios de comunicación y el poder en la sociedad?

La disciplina de la Estructura de la Comunicación intenta responder a todas estas preguntas, partiendo del hecho, de que la información-comunicación es un pilar básico de las élites actuales, además de ser garante del dominio de las compañías transnacionales, siendo los bienes de información-comunicación el primer producto de consumo mundial.

Desde siempre, poseer una información de calidad, nos brinda ventajas de acuerdo a un uso adecuado. Por eso, no es extraño que la sociedad actual se denomine “Sociedad de la Información”, término que hace referencia al hecho de que el poder y la riqueza se sustentan en el control de la circulación de los flujos comunicativos y en la capacidad de manejar la información.

El conocimiento proporciona poder, entonces al basarse en la información, el control de este se convierte en algo importantísimo para las élites, mostrando especial interés en estar presentes en los medios de comunicación.

Como resultado de esto, se ha experimentado una enorme concentración de capital en el sector mediático, que dificulta la entrada de nuevos competidores en este sector.

Las barreras de entrada son tan, altas que hace falta disponer de miles de millones de dólares para empezar a incursionar en el campo de las comunicaciones. También es claro, que gran

parte de los mensajes se han homogeneizado con una finalidad netamente empresarial para obtener los máximos beneficios posibles.

Las grandes transnacionales de comunicación, quieren dominar el mercado para que sus productos se comercialicen por todo el mundo. El sistema tiene su propia lógica: las empresas deben hacerse más grandes y diversificarse para reducir los riesgos y aumentar las oportunidades de obtener beneficios.

Así el sector de la industria de la información tiende a una concentración creciente, conformando una pequeña elite de compañías transnacionales.

Según Raquel Borreguero Gómez, se considera que:

“han habido tres grandes etapas en la evolución de los grupos de comunicación: en los años 80 las empresas mediáticas estaban poco diversificadas y lo habitual era centrarse en un solo sector. Además, el grado de transnacionalización era muy escaso y los primeros puestos empresariales estaban ocupados por las televisiones nacionales o cadenas editoras de prensa.

Sin embargo, a partir de los 90 se produce la diversificación multimedia, no hay que olvidar que en esta etapa se desarrollan las televisiones y las radios privadas en Europa como puente hacia una tercera etapa, iniciada en el año 2000 con la fusión de las grandísimas compañías Times Warner y América Online.

Esta unión empresarial supone la primera incursión a gran escala de una empresa de contenidos típicamente mediáticos (T.W como editora, productora y distribuidora cinematográfica, programadora audiovisual, etc.) y la compañía (AOL como portal de acceso a la comercialización en internet)”⁴⁸.

⁴⁸ Borreguero, Gómez Raquel. “Comunicación y poder: relaciones en un mundo globalizado”. Madrid: Universitas. 2007. Pág.102.

1.2.3. Funciones de los Medios de Comunicación.

Para concluir este tema queremos examinar cuales son las funciones de los medios de comunicación, ya que hoy en día hablar de nuevos medios de comunicación significa básicamente referirse al internet, a los medios electrónicos y a todas las formas de comunicación que se derivan de estos; los cuales han logrado revolucionar los procesos de información y comunicación que van creciendo cada vez más en todo el mundo.

Sin embargo, en Ecuador esta historia de los nuevos medios de comunicación con énfasis más tecnológico, es bastante corta y ya se ha empezado a sentir y a entender su enorme influencia.

El desarrollo de la electrónica no ha pensado en las limitaciones físicas que podrían darse con respecto al tiempo y al espacio; los mensajes electrónicos son la forma más usual en Ecuador y en todo el mundo, de hacer uso de los medios electrónicos, porque pueden leerse y escribirse al mismo tiempo por muchas personas, sin importar donde se encuentren.

Respecto al internet, como es conocido en la historia, aproximadamente hace unos treinta años, fue creado por los Estados Unidos en el proyecto ARPANET, con fines político-militares; cuya finalidad era crear y mantener una red de comunicaciones secretas con fines bélicos.

Después de algún tiempo el desarrollo de este proyecto empezó a salir a la luz pública en espacios como las universidades, luego a las grandes ciudades, hasta convertirse en una red mundial a la que la mayoría conocemos y podemos acceder.

En Ecuador son muchas las personas que cuentan con este servicio, pero no abarca una gran mayoría y esto se debe a cuestión de índole económica; a pesar de que hoy en día la educación busca que las nuevas generaciones utilicen el internet como una herramienta de trabajo para insertarse en un medio cibernético.

Según un estudio realizado por el INEC, “el 7,7 por ciento de los hogares ecuatorianos tienen acceso a Internet, el 23,4 por ciento poseen computadora y el 73,7 por ciento usa telefonía móvil, datos de la última encuesta sobre tecnologías de la información”⁴⁹.

En el Ecuador, uno de los usos más comunes que se le da al internet, es el correo electrónico en Hotmail y la búsqueda rápida de información puntual en Google. Evidenciándose una falta de educación, donde la mayor parte de las personas no tienen conocimiento de las enormes capacidades que ofrecen los medios electrónicos.

En internet “proliferan los portales cada vez más llamativos y mejor diseñados, los sitios de compras de toda clase de cosas que prometen cambiar el estilo de vida de las actuales sociedades y que buscan facilitar la vida de los consumidores”⁵⁰.

A continuación, creemos conveniente hacer una pequeña división dentro de los medios de comunicación, con respecto a su estructura física y su carácter.

Por su estructura física, son:

- **“Medios audiovisuales:** son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último no es tomado en cuenta, puesto que se lo considera como un medio de entretenimiento cultural.

En cuanto a la televisión, es en la actualidad, el medio más recurrido por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Noticieros, documentales, reportajes, entrevistas,

⁴⁹ El 7,7 por ciento de los hogares en Ecuador tiene acceso a Internet:
<http://www.vistazo.com/webpages/tecnologia/?id=9774>

⁵⁰ ¿Qué son los medios de comunicación? Estructura física y estructura según su carácter:
<http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm>

programas culturales, científicos y ambientales, etc., conforman la gran variedad de formatos de índole informativa que se emiten a través de los medios audiovisuales.

- **Medios radiofónicos:** este grupo lo constituye la radio, su importancia radica en que es el medio que con más prontitud consigue la información, porque además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos o en una cabina de sonido y emitir. Además es el medio más utilizado en nuestro país por su fácil acceso.
- **Medios impresos:** Éstos son conformados por las revistas, los periódicos, los folletos y en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar.

Son el medio menos utilizado por el público en nuestro país, porque para acceder a ellos se necesita dinero y la mayoría de las veces implican saber leer y tener alguna habilidad de comprensión, cosa que desafortunadamente en Ecuador no todo el mundo posee.

Igualmente requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos. Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, porque cuentan con una información más completa y elaborada, ya que contienen análisis realizados por personajes influyentes y conocidos.

El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla y para compararla.

- **Medios digitales:** también llamados “nuevos medios” o “nuevas tecnologías”. Son los medios más usados actualmente por los jóvenes. Habitualmente se accede a ellos a través de internet, por lo que no es un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador.

Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios, una herramienta muy atractiva y llena de recursos, permitiendo que cada día tengan más acogida.

Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta con una sola persona con los suficientes conocimientos, para que puedan producir información.

Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

- **Informativos:** su objetivo es informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las radios que emiten noticias durante todo el día, las revistas de análisis e información y por supuesto, los periódicos o diarios informativos.
- **De entretenimiento:** son los medios de comunicación que buscan divertir, distraer o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, etc.

Son actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, porque incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento.

- **De análisis:** son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender todo lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero sobre todo, para que se entienda las causas y consecuencias de dicha noticia.

El medio que más utiliza el análisis es el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece.

- **Especializados:** dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales”⁵¹.

Para finalizar, constatamos que los medios de comunicación constituyen un elemento enormemente poderoso, porque atraen y dirigen la atención de las personas que receptan sus mensajes, además persuaden a la audiencia que los ve o escucha ayudándoles a formar una opinión e ideas sobre algo y a cambiar su comportamiento. Adicionalmente los medios de comunicación estructuran la visión de la sociedad que tienen las personas e informan de una manera muy rápida a grandes áreas geográficas.

Mediante todas estas transformaciones, se trata de descubrir y analizar la nueva realidad mediática y sus relaciones en el mundo. Sin olvidarnos que estas relaciones básicamente se dan entre empresas de comunicación y las élites políticas, financieras e industriales.

⁵¹ ¿Que son los medios de comunicación? Estructura física y estructura según su carácter:
<http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm>

1.3. Tensiones entre el Poder Mediático y el Poder Político

“Los medios de comunicación son por lo tanto los vínculos más importantes de comunicación. Si su actuación es pobre, la gente permanecerá en la ignorancia, aislada y despolitizada, florecerá la demagogia y una pequeña elite se apoderará y mantendrá el control de los asuntos políticos más importantes de la sociedad.”⁵²

Robert Mcchesney

Los medios de comunicación siempre han jugado un papel trascendental en el progreso y desarrollo de las sociedades y se han manifestado en tendencias sociales, políticas, educativas, consumistas, etc.; mediante la transmisión de ideas, datos e información.

Se entiende que los medios de comunicación son el ingrediente esencial para mantener a las sociedades informadas de todas las noticias y acontecimientos que suceden a diario y como el instrumento idóneo para difundir opiniones diversas.

Pero así mismo, los medios de comunicación han aprovechado su rol para el beneficio de sus intereses y la manipulación de la información que dan a la sociedad, ya que estos son manejados autoritariamente por el sector empresarial de la comunicación, desempeñando una función de contrapeso político-ideológico; donde hay que distinguir entre propietarios, periodistas y empleados que cumplen con su labor dentro de la empresa.

En este sentido, el poder fáctico de los medios les permite tener una capacidad de construir la realidad y la política, de formar al oyente o espectador una visión de los hechos no necesariamente reales o existentes, sino más bien una realidad sesgada.

Además los medios de comunicación “construyen la agenda pública, determinan el ámbito político legítimo y no legítimo, fiscalizan las acciones de los gobiernos y de la sociedad, toman postura sobre políticas públicas y orientan y encaminan la opinión y demandas de sectores de la población”.⁵³

⁵² Mcchesney, Robert. “The new global media”. Text: The global transformations reader: an introduction to the globalization debate. Cambridge: Polity Press. 2003.

⁵³ Medios de Comunicación: http://usuarionoidenticado.blogspot.com/2009_07_05_archive.html

Por otra parte, “se afirma que la llamada descripción de la realidad que los medios dicen hacerlo, está condicionada necesariamente por la naturaleza empresarial de los medios”.⁵⁴ Como por ejemplo, podemos mencionar al Grupo El Tiempo, de la familia Santos, que es una de las más rentables y mayores empresas en Colombia, que poseen diversos diarios, revistas, canales de televisión, radios y portales de internet, además, son socios y accionistas en el servicio de telefonía móvil, cable y de importantes empresas del país.

También tuvieron una incursión notable en la política del ex presidente Álvaro Uribe, como fue el Vicepresidente, Francisco Santos; el Ministro de Vivienda, Juan Lozano y el ex Ministro de Defensa y actual presidente de Colombia, Juan Manuel Santos.

En Colombia, “los políticos saben que quien pone a los presidentes es el Tiempo; esto nos da un ejemplo del poder acumulado de este medio, ya que estaban unidos a un solo bloque, respaldando a la política Uribista, que les ha traído enormes beneficios, aumentando su fortuna varias veces durante ese gobierno”⁵⁵.

Esto nos permite tener una idea más clara sobre el interés económico y el lucro comercial que persiguen, que en general, dependen del mercado de la publicidad.

Con la ubicación de los medios de la comunicación como un primer poder ideológico en la estructura cultural de la sociedad ecuatoriana, las fuerzas de la comunicación monopólica se posicionan cada vez más por encima de las instituciones y de los poderes del Estado, y desde allí, han impuesto su voluntad e intereses a los gobiernos de turno y al resto de la sociedad.

Esta discusión se atenúa porque “a la hora de las campañas electorales los medios no se quejan cuando tienen que cobrar por su trabajo, es decir, se benefician en forma sustantiva de la propaganda gubernamental”,⁵⁶ que como todos sabemos es considerable; incluyendo las multimillonarias campañas electorales de los partidos cubiertas por el Estado.

⁵⁴ Los medios de comunicación y el Estado: <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias>

⁵⁵ Grupo el Tiempo: <http://ruedadeprensa.ning.com/profiles>

⁵⁶ Los medios de comunicación y el Estado: <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias>

En este sentido el dinero que reciben los medios de comunicación por parte del Estado, les hace olvidar esta compleja discusión de ser el cuarto poder o simplemente cumplir con su deber de transmitir los sucesos.

En tanto que el Estado es el actor principal que trata de mantener el orden y el funcionamiento de los medios en una determinada nación, mediante procedimientos y regulaciones para controlar la veracidad e imparcialidad en las informaciones que presentan los medios.

En muchos casos, se alega que existe represión y falta de libertad de expresión hacia los medios de comunicación, y es ahí donde crece esta radical confrontación tanto política como ideológica y económica entre estos dos poderes.

Un ejemplo idóneo, es el caso del gobierno de los Estados Unidos con su actual presidente Barack Obama y la cadena televisiva Fox; “este medio acusa al presidente de fomentar un gobierno socialista, de seguir en campaña política y de un indebido abuso de poder, mientras que el gobierno plantea que Fox se maneja con tendencias republicanas y conservadoras”⁵⁷.

Según Nicolas Poulantzas, “el Estado capitalista es el que absorbe el tiempo y espacio sociales, establece sus matrices y monopoliza su organización, convirtiéndolos, por su acción, en redes de dominio y poder. Por eso la nación moderna es producto del Estado”⁵⁸. Pero hoy en día el control estatal sobre el espacio y el tiempo se ve superado cada vez más por los flujos globales de capital, bienes, servicios, tecnología, comunicación y poder.

Así mismo, Manuel Castells plantea que

“el intento del Estado de reafirmar su poder en el ámbito global desarrollando instituciones supranacionales que socavan aún más su soberanía. Y su esfuerzo por restaurar la legitimidad descentralizando el poder administrativo regional y local, refuerza las tendencias centrífugas, al acercar a los ciudadanos al gobierno pero aumentar su desconfianza hacia el estado-nación”⁵⁹.

⁵⁷ Presidente de Estados Unidos, Barack Obama, 'le declara la guerra' a Fox:

http://www.eltiempo.com/mundo/euycanada/presidente-de-estados-unidos-barack-obama-le-declara-la-guerra-a-fox_6378487-1

⁵⁸ Poulantzas, Nicos, “El Estado, Poder y Socialismo”, 1978, Pág. 109.

⁵⁹ Castells, Manuel, “La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura”. Siglo veintiuno editores, S.A. México D.F. 2001. Vol. II. Pág. 271.

Así pues, mientras que el capitalismo prospera, el estado-nación parece estar perdiendo su poder porque resulta debilitado por la globalización de las principales actividades económicas, por la globalización de los medios y la comunicación que brindan las TICS.

Un ejemplo claro de lo tratado en párrafos anteriores es el caso ocurrido en enero de 1996,

“donde el ministro de Tecnología de la Información francés, anunció la intención de su gobierno de proponer a la Unión Europea una serie de medidas para prohibir el libre acceso a Internet. El suceso que provocó este plan de censura fue la batalla de Mitterand.

Tras su muerte, su médico publicó un libro que revelaba cierta información de su enfermedad durante los catorce años de su mandato presidencial. El libro fue prohibido en Francia, pero todo el mundo pudo leerlo por la red. Quedando demostrado que el gobierno ya no podía hacer cumplir sus decisiones y el control de la información había sido la base del poder estatal”⁶⁰.

Todo esto, ha provocado que en estos últimos años, exista una situación de crisis con respecto a la relación Medios-Poder, sobre todo en América Latina, porque surge la inquietud acerca de cómo está siendo abordada esta relación, destacando la función que desempeñan los medios de comunicación, siendo parte influyente, el hecho de que los medios de comunicación estén concentrados en ciertos grupos élite que poseen gran influencia tanto política como económica.

El Estado asegura que la información que los medios transmiten, está al servicio de quienes tienen el poder político y económico, entonces los medios de comunicación estarían colaborando para que las sociedades se subordinen al poder de las clases dominante y su información permite la manipulación de la sociedad que vive conforme, se subordina y se ve manipulada frente a las imágenes y a los intereses de la clase dominante.

La relación Estado-Medios ha dado lugar a constantes desacuerdos, ya sea por la opinión que generan o por la abierta oposición que un medio puede generar al gobierno central. Así se muestra en los diferentes gobiernos como el de Hugo Chávez en Venezuela, Silvio Berlusconi en Italia, Rafael Correa en Ecuador, Diminitri Medvedev en Rusia, entre otros, demostrando

⁶⁰ Ibíd. Pág. 287.

que este antagonismo se da en diferentes tipos de gobiernos, no exclusivamente en los gobiernos socialistas, ni en América Latina.

Hoy en día, en el mundo y sobre todo en América Latina, se requiere una ley coherente que regule la comunicación y los medios, universalice el derecho a la comunicación, y democratice el acceso a los medios y a las tecnologías, junto con un periodismo eficaz, crítico y constructivo en beneficio de las sociedades, “logrando una comunicación libre intercultural, incluyente, diversa y participativa”⁶¹.

En cualquier tipo de nuevas regulaciones que se den para los medios de comunicación de un país, se despliega una gran cantidad de inconvenientes entre el Poder Estatal y los Medios, porque cada uno quiere cuidar sus intereses, sean estos económicos o políticos; y así mismo cada parte intenta intervenir para que dichos intereses no se vean afectados.

En el actual debate entre estos dos poderes, los Medios plantean que el Estado es dominante y represivo, porque les impiden realizar su labor de la manera más eficaz, obstruyendo la libertad de expresión y sin poder expresar la opinión del pueblo, sino más bien una opinión oficialista, sin democracia y sin diversidad de puntos de vista.

Mientras que el Estado plantea que la libertad de expresión existe y son los Medios los que la manejan a su antojo, junto con la información que presentan al pueblo porque se desenvuelven dentro del marco de los intereses de las empresas mediáticas.

Es por esto que deben tener ciertas regulaciones para lograr una mejor forma de comunicación en América Latina.

Por tal motivo, al iniciarse el siglo XXI, el panorama político latinoamericano, trae consigo cambios y transformaciones en direcciones diversas. Es notoria la incursión de una nueva política que reivindica a los sectores populares en muchos países y hoy en día el universo mediático tiene una amplia actuación política.

⁶¹ Comunicación:

<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/2018/3/01.%20Comunicaci%C3%B3n%20y%20gesti%C3%B3n%20participativa%2080%20Lorena%20Cantillo%20Turbay.pdf>

Los medios de comunicación ecuatorianos registran unos niveles de concentración que difícilmente puedan encontrarse en otros ámbitos de la producción nacional, además van de la mano junto con la hiperconcentración de la propiedad de los medios masivos, favoreciendo la difusión de determinadas voces e interpretaciones sobre la realidad social y política del país por sobre otras.

Por otra parte y según ciertos estudios, existen pocos grupos empresariales que son titulares de medios gráficos de cobertura nacionales, de radioemisoras nacionales, regionales y locales, de canales de televisión, operadoras de televisión por cable e internet.

De lo citado anteriormente, surgen temas que deben incluirse en el debate sobre una auténtica libertad de expresión, como la propiedad, concentración y monopolización de las empresas que explotan medios de comunicación. Esto podemos verificar en los documentos, remitiéndonos al anexo número 11.

A nuestro criterio, en el Ecuador, los medios de comunicación no han asumido un papel estratégico para la contribución de una sociedad más crítica y reflexiva, y una democracia más participativa, sino que el facilismo y la reducción que los caracteriza, la corta visión mercantilista de la información y el entretenimiento, y la influencia directa e indirecta de los poderes formales y fácticos, han guiado a los medios a una agenda con temas enfocados en sus intereses y objetivos.

Por lo tanto, en las contradicciones y confrontaciones que existen en la actualidad, a la ciudadanía no se le permite participar ni promover mejoras al tema, porque cada uno de los poderes defiende el derecho a la libre expresión como defensa a los ciudadanos, pero en realidad están defendiendo su estabilidad e intereses privados.

Sabemos que ciertos medios de comunicación conforman un círculo cerrado, en donde no cualquiera puede tener participación, pero a pesar de todo y en medio de esa confrontación, la sociedad desea estar informada, incluida y tomada en cuenta para cualquier papel y decisión que se adopte por parte del Estado.

Todas estas observaciones, como los procesos de concentración y centralización, la lógica del capitalismo, la globalización y las tendencias actuales, han generado estas tensiones que tienen

como resultado complejos de poder, porque en si el único punto clave por el cual se está peleando es por el PODER.

CAPÍTULO II:

Cambios en los medios de comunicación generados por las TICS.

“La aparición y consolidación de una nueva economía, cuya base material son las tecnologías de la información y la comunicación, tiene importantes consecuencias sobre el desarrollo global. La evidencia empírica internacional muestra una creciente desigualdad y exclusión social, que convive con este extraordinario proceso de innovación tecnológica y dinamismo económico”⁶².

Manuel Castells

2.1 Dinámica de las TICS y sus efectos en las sociedades.

Cuando hablamos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, nos damos cuenta de cuales han sido sus alcances en la sociedad, y su presencia en la actividad cotidiana.

En los últimos años, la influencia de las TICS se ha hecho más notoria, gracias al uso del internet, smartphones, blu-ray e Ipad, el comercio vía red, las redes sociales, financieras y educativas, etc., que en muchas ocasiones son considerados instrumentos que facilitan la vida de los seres humanos.

Entonces, con esta gran influencia ya no tenemos que convencernos sobre la importancia crucial que tienen las TICS para nuestros países y sociedades, el extraordinario desarrollo, aplicación y perfeccionamiento de las nuevas tecnologías, que son ya un hecho.

Se hace importante este tema, ya que cada día los países se incorporan a los nuevos medios y nuevas tecnologías con una velocidad extraordinaria.

Con el siglo XX se ha iniciado una nueva etapa del capitalismo mundial, “el capitalismo del conocimiento”, que ha permitido las facilidades de acceso a la información y conocimiento, potenciando al máximo esta nueva etapa.

⁶² Tecnologías de la información y la comunicación y desarrollo global. Article from: Revista de Economía Mundial (Magazine of World Economy June 1, 2002 Castells, Manuel COPYRIGHT 2004 Revista de Economía Mundial.

Los nuevos conocimientos e informaciones son incluidos en nuestra vida a cada segundo, siendo elementos indispensables, para poder desenvolvernó de mejor manera.

Según Manuel Area, “el siglo XX además de haber sido la centuria de la cultura audiovisual, ha sido el comienzo de la era digital”⁶³.

El gran hito que marcó el desarrollo de la tecnología fue la creación del ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer) en 1946 en EE.UU. Es en esta época donde se empieza a trabajar en la construcción de máquinas procesadoras de información, estos aparatos eran de gran tamaño porque los avances tecnológicos de ese entonces no permitían una mejor elaboración, sino hasta hoy, que muchos de nosotros podemos tener ya una computadora en casa.

El autor afirma que:

“toda la digitalización de la información basada en la utilización de tecnología informática es la gran revolución cultural del presente. El uso generalizado de las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación e información como los ordenadores, equipos multimedia, redes locales, móviles, internet, televisión digital etc., en las transacciones económicas y comerciales, en el ocio y el tiempo libre, en la gestión interna de empresas e instituciones, en las actividades profesionales etc., es un hecho evidente e imparable”⁶⁴.

Los siglos XX y XXI son un periodo histórico, que se definen por varios procesos económicos, políticos, sociales y culturales, entre estos encontramos la globalización, el incremento de las desigualdades, sobrepoblación, conformación de bloques económicos y estratégicos, nuevas estrategias de participación, regulación estatal, flujos migratorios, entre otros.

Castells señala que la primera revolución tecnológica se centró en los Estados Unidos, en la década de 1970, refiriéndose al surgimiento de la sociedad red, que no se la puede entender sin la interacción de dos tendencias relativamente autónomas: el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y el intento de la antigua sociedad de reequiparse mediante el uso del poder de la tecnología, para servir a la tecnología del poder.

⁶³ Area Moreira, Manuel. “Alfabetizaciones y Tecnologías de la Información y la Comunicación”. Editorial Síntesis. España 2008. Pág. 27.

⁶⁴ Ibíd.

Lo que caracteriza esta “revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos”⁶⁵.

Desde inicios de la década de 1970, es claro según Castells, que la innovación tecnológica se ha dirigido al mercado, ya que las mentes creadoras llevadas por la pasión y la codicia, investigan constantemente la industria en busca de nuevos mercados. En este sentido “las nuevas tecnologías agruparon a su alrededor redes de empresas, organizaciones e instituciones para formar un nuevo paradigma sociotécnico”⁶⁶.

Para entender el desarrollo de las TICS es preciso destacar los rasgos del nuevo paradigma actual de la tecnología de la información y que según Castells en su libro “La Sociedad Red Vol. I.”, “señala que la primera característica es que son tecnologías que sirven para actuar sobre la información y que no es solo información para actuar sobre la tecnología, como lo era en el caso de las revoluciones anteriores, es decir, que la materia prima de estas tecnologías es fundamentalmente la información.

La segunda característica se refiere a la capacidad de penetración que los efectos de las nuevas tecnologías tienen, debido a que abarcan todas las actividades del ser humano.

El tercer rasgo se refiere a la lógica de interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan estas nuevas tecnologías de la información.

El cuarto rasgo se refiere a que este paradigma de las nuevas tecnologías se basa en la flexibilidad, por su capacidad de reconfigurarse, cambiar de abajo hacia arriba las reglas sin destruir la organización.

La quinta característica es la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado, es decir, la microelectrónica, telecomunicaciones, optoelectrónica y los ordenadores están ahora integrados en sistemas de información”⁶⁷.

⁶⁵ La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2002. Pág. 87.

⁶⁶ *Ibíd.* Pág. 87.

⁶⁷ Castells, Manuel. La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2002. Pág. 88-89.

Sin duda, no hay que olvidar que la información y el conocimiento siempre han sido componentes cruciales del crecimiento económico, ya que estas nuevas tecnologías de alguna manera han determinado la capacidad productiva de las empresas y estados.

Una característica que ha surgido dentro de este contexto que hemos señalado anteriormente, es el entrelazamiento de las grandes empresas, en lo que se ha llegado a conocer según Castells como “alianzas estratégicas”. La estructura de la “industria de alta tecnología en el mundo es una trama cada vez más compleja de alianzas, acuerdos y agrupaciones sean permanentes o temporales”⁶⁸, en donde las empresas más grandes se vinculan entre sí.

La difusión de las nuevas tecnologías en fábricas, oficinas y servicios han creado un temor en los trabajadores de verse desplazados por las nuevas tecnologías y volviéndose irrelevantes para la lógica de la producción.

Por ejemplo, el internet se está convirtiendo en un medio esencial de comunicación y organización en todas las actividad, es por eso que los políticos y los movimientos sociales lo utilizan cada vez más, como una herramienta privilegiada para actuar, informar, reclutar, organizar y dominar; es por esto que según Castells, este ciberespacio se está convirtiendo en un terreno muy disputado.

Como se puede apreciar, el internet es uno de los mayores símbolos de desarrollo en comunicaciones, así como también lo son las comunicaciones móviles, la banda ancha, satélites, etc., que producen cambios significativos en las relaciones sociales y en todas las esferas de la sociedad.

No obstante, el Internet si cumple un papel fundamental en la nueva dinámica política, por lo que Castells la denomina “política informacional”. La comunicación con el gobierno en nuestras sociedades, está basada en la política de medios de comunicación y en sistemas de información que provocan apoyo o rechazo en la mente de las personas, influyendo en su comportamiento.

Los “ciudadanos sienten que no tiene mucho sentido gastar sus energías en discusiones políticas, excepto cuando se ven afectados por un determinado acontecimiento que despierta su indignación o

⁶⁸ Ibíd. Pág. 190.

afecta sus intereses y sobre todo en un mundo en el que existe una importante crisis de legitimidad política y un gran desencanto de los ciudadanos respecto a sus representantes”⁶⁹.

Pero ahora considerando que estamos en la era del internet, no hay manera de guardar ningún secreto político y de eso tenemos un claro ejemplo con el caso “WikiLeaks”, que es un sitio web creado por un australiano que hizo noticia en el mundo entero, porque mediante esta tecnología se puede obtener información a la que no es fácil acceder.

Esta página reveló secretos de la política exterior de los Estados Unidos y de otros gobiernos como se ha visto en los noticiarios del país. En este contexto y con estas acciones, se ha dado un fin a la privacidad a la que todos decimos querer.

Castells señala que las redes son el elemento fundamental del que están y estarán hechas las nuevas organizaciones y que serán capaces de expandirse por toda las vías de la economía porque se basan en el poder de la información.

También señala que a causa de las nuevas tecnologías, “la capacidad de las empresas estadounidenses para reconfigurarse y actuar como empresas pequeñas puede atribuirse, al menos en parte, al desarrollo de las nuevas tecnologías que hacen innecesarias capas enteras de gestores y de personal”⁷⁰.

Es importante también, la digitalización de la información que se basa en la utilización de la tecnología informática.

Todos los sectores de la economía, que ven en las nuevas tecnologías, cómo mejorar su producción, presentan claramente un crecimiento económico que los pone en condiciones de competir con similares, tratando de acaparar todo el mercado en una sola empresa.

Es por esto que, con las nuevas leyes, un grupo financiero ya no podrá poseer dos empresas como usualmente hallábamos en el Ecuador. Habitualmente nos encontrábamos con la noticia de que los dueños de los bancos tienen o tenían la participación total o parcial en los medios de comunicación.

⁶⁹ Castells, Manuel “La Galaxia Internet”. Barcelona: Plaza & Janés Editores. 2001. Pág. 179.

⁷⁰ Castells, Manuel. “La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red”. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2002. Pág. 197.

Como vemos el desarrollo de las nuevas tecnologías y sus aportes, son incuestionables y están presentes en todos los ámbitos de nuestra vida y con la que debemos convivir día a día.

Una característica importante de las TICS es que son cambiantes y es de acuerdo a los continuos avances que se dan en el contexto de la globalización. Todo esto favorece a la rápida obsolescencia de máquinas y conocimientos, lo que incita a que se busquen continuos cambios en las estructuras de la sociedad.

Toda esta expansión de redes informáticas, ha hecho posible, como se mencionó en párrafos anteriores, que las relaciones tanto económicas como sociales se eleven a un nivel global, lo que facilita la comunicación y el intercambio entre sectores diferentes.

Aquí presentamos una definición específica de NTIC o TICS.

NTIC o TIC: Nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Son las tecnologías que “surgen de la unión de las telecomunicaciones, la informática y los medios audiovisuales. Sus dos características técnicas centrales son la digitalización y los componentes electrónicos (semiconductores, circuitos integrados, transistores y microprocesadores)”⁷¹.

Las TICS se caracterizan por la instantaneidad, la interactividad, la interconexión, el multimedia, los nuevos soportes y materiales, la automatización y la innovación.

Como se había dicho en el capítulo anterior, estamos en un nuevo tipo de sociedad llamada por algunos Sociedad de la información o Sociedad del Conocimiento, Sociedad Red, Aldea Global, etc., y que esta sociedad sería la substitución de los modelos que antes estaban presentes en la sociedad, como lo fueron en su tiempo el modelo agrario y modelo industrial.

En este contexto las grandes empresas han sido participes de las nuevas tecnologías de la información, permitiéndoles optimizar tiempo, recursos y procesar más rápido la información. Es por eso que las empresas invierten en ellas, con el fin de tener mejores resultados, aumentar sus beneficios y ser líderes en el mercado mundial.

⁷¹ León Osvaldo, Burch Sally, Tamayo Eduardo. “Comunicación en Movimiento”. Agencia Latinoamericana de Información. Quito-2005. Pág. 250.

A pesar de los avances que se han logrado en el campo del conocimiento y la tecnología, las condiciones de vida de muchas poblaciones siguen y seguirán siendo miserables. Y esto lo sostiene la siguiente declaración:

“La desigual distribución de las TICS y la falta de acceso a la información que tiene una gran parte de la población mundial, fenómenos que suelen denominarse brecha digital, son de hecho una expresión de nuevas asimetrías en el conjunto de brechas sociales existentes. Estas incluyen las brechas entre el norte y el sur, los ricos y los pobres, los hombres y las mujeres, las poblaciones urbanas y rurales, aquellos que tienen acceso a la información y aquellos que carecen del mismo”⁷².

Esta misma declaración asegura que combatir estas asimetrías exige algo más que el despliegue de tecnologías y “que habría adoptar decisiones tecnológicas con el fin de atender a necesidades humanas esenciales y no sólo para enriquecer a las empresas o hacer posible el control antidemocrático de los gobiernos”⁷³.

En la era de la globalización, “los capitales se gestionan las 24 horas del día en mercados financieros globalmente integrados que funcionan en tiempo real por primera vez en la historia (Chesnais, 1994: 206-2048) gracias a la interconexión mundial que permiten las nuevas tecnologías de la información”⁷⁴.

En sí, la tecnología ha estado estrechamente ligada a la guerra en el transcurso de la historia. Tal es el caso de la actual revolución tecnológica, donde

“La microelectrónica, la informática, la botánica recibieron un impulso decisivo en Estados Unidos en los años cincuenta y sesenta en base a los programas militares y espaciales del Gobierno federal.

La situación fue cambiando durante la década de los setenta, donde la expansión de las aplicaciones industriales y comerciales de las nuevas tecnologías redujo considerablemente el peso de la industria militar. Sin embargo, en los años ochenta se produjo un nuevo viraje hacia la

⁷² Susz Kohl, Pedro. “La diversidad asediada: escritos sobre culturas y mundialización”. 2005. Pág. 456.

⁷³ *Ibíd.*

⁷⁴ Aparici Roberto. Díez Ángeles y Tucho Fernando. “Manipulación y Medios en la Sociedad de la Información”. Ediciones de la Torre. Madrid 2007. Pág. 21.

militarización de las aplicaciones tecnológicas más avanzadas no solo en Estados Unidos, sino también en Europa y, por primera vez desde 1945, en Japón.

De hecho hemos asistido en los últimos años a la formación de un nuevo sistema estratégico militar que, bajo el impacto del nuevo medio tecnológico, altera sustancialmente la capacidad de hacer la guerra y, por tanto, las condiciones de mantenimiento de la paz”⁷⁵.

Pues bien, las nuevas tecnologías inciden en la formación y orientaciones de ese nuevo sistema mundial a dos niveles fundamentales según M.Castells:

Por un lado, constituyen la “infraestructura material de la nueva economía mundial”⁷⁶. Sin las nuevas telecomunicaciones, sin los sistemas informatizados, sin la aplicación de la tecnología al transporte aéreo, marítimo y terrestre, sin los sistemas de automatización industrial y de oficinas, no existiría el comercio internacional, ni podrían gestionarse empresas e intercambios de capitales y de mercancías.

Por otro lado, los “países y las empresas compiten activamente en el mercado mundial, y de esa competencia depende el nivel de vida de cada país”⁷⁷. La investigación económica demuestra que la competitividad depende del nivel tecnológico que dispongan las empresas y las economías nacionales.

De esta forma, el desarrollo tecnológico es el motor del crecimiento económico y del bienestar material de cada país; colocando a Japón en la cabeza de la economía mundial, gracias a su capacidad tecnológica.

⁷⁵ Author: Manuel Castells. Pág. 193. <http://www.jstor.org/stable/20642918> Nuevas tecnologías, economía y sociedad en la década de los ochenta Author: Manuel Castells. Pág. 193.

⁷⁶ Author: Manuel Castells. La formación de un nuevo sistema económico mundial Pág. 185.

<http://www.jstor.org/stable/20642918> Nuevas tecnologías, economía y sociedad en la década de los ochenta

⁷⁷ *Ibíd.*

2.2 Impacto de las TICS en los medios de comunicación.

“Solo estamos al principio de la era digital”. Julio de 1998.

Bill Gates

En estos días, posiblemente no haya otro tema que genere más discusión e impostergables análisis, tanto en círculos académicos como políticos, que el fenómeno de la llamada Sociedad de la Información y la extensión de las tecnologías de información y comunicación-TICS.

Para el profesor Víctor Manuel Marí Sáez,

“La actividad tecnológica ha acompañado al ser humano a lo largo de la historia y en la actualidad. La innovación tecnológica va muy por delante de lo que era habitual en otras épocas y de la capacidad de asimilación a la que estaban acostumbrados nuestros antepasados; porque se ha introducido en la sociedad una transformación estructural enormemente significativa en comparación con el resto de la historia anterior”⁷⁸.

Es por eso, que ninguna tecnología ha influido de tal manera en nuestras vidas, ni ha tenido tantas dimensiones a nivel mundial, que ha logrado ser un fenómeno sin precedentes.

Con el transcurso de los siglos, hemos visto los diversos métodos de comunicación inventados por el hombre, desde escritura jeroglífica hasta la llegada de la imprenta, teléfono, radio y televisión, estos indudablemente nos han permitido progresar en la forma de comunicarnos. Este tema se lo encuentra más detallado en el anexo N°1.

Los adelantos científicos y tecnológicos han repercutido en la comunicación, por consiguiente el hombre tiene un campo de ventajas enormes en cuanto a comunicación.

En la actualidad, el hombre avanza en torno a la era de la revolución, tecnología e informática, donde existen cambios constantes y el Internet forma un pilar fundamental. Dando como resultado un gran paso al proceso de comunicación en las sociedades.

⁷⁸ Marí Saez, Victor Manuel. “Globalización, nuevas tecnologías y comunicación”. Madrid: Ediciones de la Torre. 2002. Pág. 13.

De igual manera, se ha dedicado desde siempre a mejorar su necesidad de comunicarse y esto ha permitido la creación de nuevas herramientas y mejores tecnologías, con una velocidad inigualable y con mayor facilidad de uso en las comunicaciones, dando paso a las TICS.

Las tecnologías de información y comunicación (TICS), tienen un inmenso campo de sistemas, métodos, aplicaciones, softwares, entre otras, lo que amplía el ejercicio y la facilidad en los medios de comunicación y su utilidad para las sociedades.

Dentro de las TICS, se han dado dos bloques tecnológicos; el hardware, donde forman parte los equipamientos y el software, que son los programas y las telecomunicaciones, que facilitan el alcance de información mediante programas y herramientas que llegan hasta los lugares más recónditos y se desenvuelven en todas las dimensiones del ser humano.

La tecnología pasa de ser un servicio a la persona a utilizar a la misma al servicio de los grupos de poder que controlan el desarrollo tecnológico, ya que recurren al discurso publicitario para vender la tecnología, aduciendo que mediante estas se simplifica la vida y se aporta felicidad y tranquilidad en un mundo tan caótico.

Hoy en día se ha creado una nueva estructura dominante, “la sociedad red”, una nueva economía, “economía informacional-global”; y una nueva cultura, “cultura de la virtualidad real”.

Según Castells, en su obra “La Sociedad Red: una visión global”, el término sociedad red hace referencia a la “estructura social resultante de la interacción entre organización social, cambio social y el paradigma tecnológico constituido en torno a las tecnologías digitales de la información y comunicación. Además la revolución de la tecnología de la información promovió la aparición del informacionalismo como cimiento material de la nueva sociedad.

En el informacionalismo, “la generación de riqueza, el ejercicio del poder y la creación de códigos culturales, han pasado a depender de la capacidad tecnológica de las sociedades y personas, siendo la tecnología de la información el núcleo de esta capacidad”⁷⁹.

⁷⁹ Castells, Manuel. “La Sociedad Red: una visión global”. Madrid: Alianza. 2006. Pág. 170-75.

Igualmente, plantea que “la tecnología o evolución social conducen inevitablemente a la sociedad red, como ultima encarnación de la modernidad, en forma de postmodernidad, o como sociedad de la información del conocimiento a la que se llega de forma natural tras la larga evolución de la especie humana”⁸⁰.

En el presente, vivimos en un mundo cada vez más complejo, donde la comunicación y los flujos culturales traspasan cada vez más las fronteras. En consecuencia, una de las características de los medios de comunicación en la sociedad red, es que se desarrollan a una escala cada vez más global.

Conceptos como el espacio, tiempo y distancia cobran nuevo significado, a causa de la proliferación de redes de comunicación electrónicas, que como ha señalado Castells, representan la nueva configuración social.

Las TICS han abierto una enorme cantidad de canales de comunicación que atraviesan las fronteras nacionales y han creado nuevas imágenes y hábitos culturales, aunque todavía existan diferencias notables en la densidad y velocidad de la información en los distintos lugares del mundo.

En consecuencia, los medios de comunicación no pasan por alto este nuevo fenómeno, ya que las TICS son vías que aportan un bagaje ininterrumpido de información, con una mayor eficacia y un óptimo funcionamiento en los medios, potenciándolos en su actividad y acortando tiempo y distancias. Un ejemplo, es que hoy podemos enviar y recibir información de diferentes partes del mundo en cuestión de segundos.

Tenemos varios medios de comunicación que son parte de nuestra cotidianidad como la televisión, la radio, la prensa, internet, etc., pero a cada momento, surge un nuevo aporte a las comunicaciones y gracias a ello, los medios de comunicación se abastecen de instrumentos para incursionar en información, entretenimiento, redes sociales, política, economía, mundo y así una lista interminable de temas.

⁸⁰ Solano, Mario Andrés. “Mitos y Realidades entorno a la Sociedad de la Información”. Editorial de Ciencias Humanas, La Habana 2004. Pág. 15.

Del mismo modo la recepción de información se vuelve más concreta, precisa y rápida, para mayor facilidad de todos.

Demostrando que las sociedades permiten que “la tecnología no sólo responda a la satisfacción de los hombres, sino que empuja a la humanidad a crearse nuevas necesidades”. Siendo las TICS puntos de referencia en la historia de la evolución humana.

De igual manera, las TICS han permitido que se despliegue y perfeccione un progreso económico total, junto con una revolución comercial gigantesca, ya que se incrementan superiores calidades y se rompen fronteras y tiempos.

Siguiendo con los criterios de Castells, la comunicación en la era digital, es una comunicación de masas, porque la información se envía por muchos medios como libros, periódicos, películas, radio y televisión; y con la difusión del internet existe una comunicación más concreta y sofisticada en tiempo real.

No es nada sorprendente que el nuevo paradigma tecnológico basado en las TICS, que surgió en los años 70, tuviera una influencia decisiva en el mundo de la comunicación.

“Desde el punto de vista tecnológico, las redes de radio y televisión convergieron gracias a las redes digitales, las nuevas tecnologías de transmisión y almacenamiento de datos, en particular la fibra óptica, las comunicaciones por satélite y el software avanzado”⁸¹.

Los medios de comunicación aprovecharon esta innovación y evolución para facilitar, aún más, su inserción en la sociedad; la radio, la televisión y la prensa comenzaron a sacar ventaja de la digitalización, mediante redes asociadas que buscan tener mayor alcance por todo el mundo.

Podemos ver que la mayoría de los medios tienen un espacio en la web donde transmiten su programación e información diaria como: periódicos de gran importancia y credibilidad como el "The New York Times" (Estados Unidos) o "Le Monde" (Francia), radios como la "BBC Radio" (UK) o la "Globo FM" (Brasil) y canales de televisión como "TV5" (Francia) y "Telemundo" (Estados Unidos).

⁸¹ Castell, Manuel. “Comunicación y Poder”. Madrid: Alianza. 2009. Pág. 90.

Gracias a las TICS, la televisión es un medio de emisión altamente diversificado y descentralizado, basado en la mayor capacidad de transmisión. Ha multiplicado su número de canales y ha mejorado los procesos de producción, edición y transmisión de información. De esta manera, “los negocios, la tecnología y la cultura la han transformado profundamente, hasta el punto de que ahora se considera un medio que combina difusión masiva con difusión personalizada”⁸².

El internet y las comunicaciones inalámbricas, tienen una amplia demanda social que surge por las necesidades del mundo empresarial y por el deseo del público de comunicarse. Estas han sido las tecnologías de más rápida difusión en la historia de las comunicaciones.

Como se ha podido constatar en múltiples investigaciones, el Internet, en sus distintos usos, es el centro de la comunicación actual, porque para el trabajo, los contactos personales, la información, el entretenimiento, los servicios públicos, la política, la religión, etc., el internet es el medio necesario.

“La difusión de internet, las comunicaciones inalámbricas, los medios de comunicación digitales y una serie de herramientas de software social, han provocado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva que conectan lo local y lo global en cualquier momento, así como llegar a todos los ámbitos de la vida social como llegan la red eléctrica y la energía en las sociedades industriales”⁸³.

El interés en el internet se está acrecentando, simplemente porque se trata de un medio nuevo con una expansión veloz; además según Gonzalo Ortiz Crespo, “el internet es una nueva forma de comunicación que crea posibilidades de democracia”⁸⁴, porque con las TICS el ciudadano participa activamente en la construcción de las políticas públicas.

En nuestros días, gracias al ingenio de muchos jóvenes usuarios, han surgido formas revolucionarias en los medios de comunicación, como los “*boom de blogs*”, estos representan un importante ámbito de expresión personal, en donde el usuario puede informar sobre diversos temas o simplemente contar sucesos de vida.

⁸² Castell, Manuel. “Comunicación y Poder”. Madrid: Alianza. 2009. Pág. 95.

⁸³ Ibíd. Pág. 101.

⁸⁴ Ortiz Crespo, Gonzalo. “En el alba del milenio: globalización y medios de comunicación en América Latina”. Quito. Corporación Editorial Nacional. 1999. Pág. 147.

Además ha surgido el fenómeno del **“YOUTUBE”**, sitio web donde diversos usuarios, ya sean particulares, empresarios, organismos, escuelas, universidades, etc., pueden subir y observar videos publicados en la web. Esta web se ha convertido en el mayor medio de comunicación de masas en todo el mundo, con más de 80 millones de videos y más de 160 mil videos subidos diariamente por los usuarios, totalmente distinto a los medios tradicionales.

Del mismo modo, las redes sociales son el hito del momento, como **“Myspace, Facebook y Twitter”**, que han ampliado las formas de sociabilidad entre personas de todas las edades. Con más de 300 millones de usuarios activos en cada una de ellas; se estima que 8 de cada 10 jóvenes que usan internet están conectados en una red social.

Las redes sociales también forman parte de lo político, ya que grandes campañas son lanzadas por el internet como la del presidente Barack Obama.

En cuanto a realidad virtual, las TICS fomentan su desarrollo con juegos interactivos y artículos electrónicos como PSP y XBOX, para todo tipo de público, pues con la globalización van creciendo rápidamente.

Castells opina que:

“La comunicación inalámbrica se ha convertido en una plataforma de difusión para distintos tipos de productos digitalizados, como juegos, música, imágenes, noticias, así como mensajería instantánea, que abarca toda la gama de las actividades humanas, desde las redes de apoyo personal hasta las tareas profesionales y las movilizaciones políticas”⁸⁵.

El creciente interés del internet por parte de las empresas mediáticas, refleja el reconocimiento de esta nueva forma de comunicación, ya que las empresas se influyen en gran medida por las estrategias empresariales de rentabilidad y expansión de mercados.

⁸⁵ Castell, Manuel. “Comunicación y Poder”. Madrid: Alianza. 2009. Pág. 108.

2.3 Las TICS en las Radios.

Como sabemos, la radio es un medio de difusión masivo que llega a todas las clases sociales, convirtiéndose en un medio muy popular a nivel mundial, pero no podemos olvidarnos que la televisión se mantiene como el medio con mayor influencia.

En nuestro país, la situación es distinta, ya que la radio es el medio con mayor influencia y aceptación en los ciudadanos, por el mismo hecho de que es de fácil acceso y porque el alcance de la señal llega a los lugares más recónditos del país.

Un punto que viene al caso resaltar, es que con la radio como medio de comunicación, se ofrece oportunidades de alcanzar un mercado con un presupuesto más bajo del que se utiliza en la televisión o en otros medios, según un estudio realizado por la CIESPAL.

Es mucho más conveniente comprar tiempo en radio, ya que tiene un bajo costo unitario, el costo de la programación en radio depende del tamaño de la audiencia que la emisora tenga en un determinado horario.

Las radios se integran estrechamente a la sociedad a la que pertenecen, ya sea en una gran ciudad o en un pequeño pueblo y asume un papel protagónico como medio de información local y como canal de expresión, donde se reflejan ciertas inquietudes, necesidades, valores, etc.

Una de las ventajas de la radio, es la capacidad de lograr lealtad de la audiencia a una determinada programación y emisora. La radio es un excelente medio para lograr que la audiencia escuche la misma emisora todos los días.

Hoy en día gracias al Internet y a las TICS, las radios han ido ganando espacios de difusión en todas las regiones de un país y a nivel mundial, porque utilizan mejores métodos satelitales que les permiten llegar mucho más allá de lo esperado.

Desde sus inicios, ha representado un papel muy crucial en momentos vitales para la historia del mundo; muchas veces sus programas compiten con éxito frente a la televisión, pero actualmente con las TICS, es posible escuchar muchas emisoras a nivel mundial con solo utilizar el internet, volviéndose la radio online un método muy utilizado.

Creemos que la radio por Internet es toda una revolución en los sistemas, porque convencionalmente se escuchaban los programas de radio mediante el aparato electrónico; pero ya no es así, porque las señales de audio son transmitidas vía internet por medio de World Wide Web (www), posibilitando escuchar estaciones de radio en cualquier momento y desde cualquier lugar.

La continua expansión de la radio tiene como objetivo llevar su programa a nivel mundial, porque se han incrementan los pedidos de los diferentes radioyentes en el mundo; creándose una red radiofónica mundial, para hacer gestión de las diferentes realidades.

Encontramos un sinnúmero de radios que han optado por expandirse no solo a diferentes regiones de un mismo país sino también han cruzado fronteras llegando su emisión a diferentes continentes, como por ejemplo la “Radio María” que se encarga de difundir un mensaje católico desde 1983 en Milán, Italia; y en la actualidad se dirige a millones de radioyentes en más de 30 países tanto europeos, asiáticos y americanos y en más de 13 idiomas.

Este hecho que hemos considerado como un gran avance tecnológico, ha hecho que la radio que se escucha por internet sea también un servicio muy popular para emigrantes de distintas partes del mundo, porque responde a distintos intereses como: transmisiones en vivo, información de las últimas noticias que acontecen, novedades sobre música y deportes, y sobre todo ayuda a mantener la conexión cultural con su país; un ejemplo que viene al caso es el de la Radio Tarquí, escuchada por una gran cantidad de migrantes en España e Italia.

Otro dato muy importante es la existencia en nuestro país de la CORAPE (Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador), “organización que agrupa a emisoras y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional junto con el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias del Ecuador”.

Esta organización busca conseguir la participación de todos los ciudadanos en diferentes temas que son de constante interés, dar espacios a los que antes no los tenían y poder atender las inquietudes y necesidades de todos; permitiendo un mejor manejo comunicacional y democrático.

Según datos expuestos por la CORAPE, “la mayoría de las veces son la única fuente de comunicación e información con la que cuentan las provincias y comunidades que se encuentran alejadas”, siendo una forma para que las personas se identifiquen y se presenten alternativas para ciertos problemas cotidianos.

En sí, la Radio online se ha convertido en un medio eficaz de entretenimiento e información, que está estrechamente ligado a la publicidad; su permanencia se debe a que el oyente pasivo del pasado ahora tiene la capacidad de interactuar y elegir sus necesidades.

En síntesis, las nuevas tecnologías de informática y comunicación han generado cambios positivos e innegables en los medios de comunicación. Y por consecuencia “son incuestionables, forman parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir, ya que amplían nuestras capacidades físicas y mentales y las posibilidades de desarrollo social”⁸⁶.

Afirmando que su presencia en los medio es aprovechada por las sociedades con el fin de lograr facilitar la vida en lo personal y profesional. Así mismo, las funciones principales de los medios se han vuelto más óptimas, concretas y eficaces, demostrándonos que las TICS son uno de los más ingeniosos y fabulosos inventos desarrollados por el ser humano.

Pero existen características negativas en cuanto a sus direccionamientos y manejos para beneficio propio y en la tergiversación de información.

⁸⁶ Las tics y sus aportaciones a la sociedad: <http://peremarques.pangea.org/tic.htm>

CAPÍTULO III:

Relaciones entre el Poder Estatal – Medios de Comunicación en el Ecuador.

En Ecuador como en toda América Latina, el poder económico en los medios de comunicación, como un acto de conciencia política de las clases dominantes, se acelera y fortalece luego de la década de los 70, como respuesta a la lucha desplegada por las fuerzas de liberación de todo tipo, las que hicieron tambalear al capitalismo en varios países de América Latina.

Según Guillermo Navarro en su obra “Poder económico, Poder político y Poder fáctico”: “cada vez era más urgente, ante el desarrollo tecnológico que se avenía y que se anunciaba que la dominación con los tradicionales medios de comunicación se iban a ver afectados por la presencia de nuevos medios de comunicación, que limitaban, por lo menos parcialmente, su capacidad de engaño”.⁸⁷

Por ende la conciencia sobre esta realidad, condujo a que todas las clases dominantes tenían que fortalecer y monopolizar todos los medios de información y comunicación.

Además según este autor, el poder de los medios de comunicación se concentra en un reducidísimo número con un alto grado de concentración en radio y televisión.

El cruce de información permite profundizar la visión sobre el poder económico que se esconde tras de los medios de comunicación y simultáneamente descubrir las relaciones que existen entre el poder económico y los medios.

Hemos visto la necesidad de revisar los efectos fundamentales de la normativa y de las políticas reguladoras de la radiodifusión en el Ecuador, para ello explicaremos ciertas políticas de comunicación en América Latina y en nuestro país.

Y así mismo, revisaremos el Informe de la “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”, en donde analizaremos algunos resultados planteados en

⁸⁷ Navarro, Guillermo. “Poder económico, Poder político y Poder fáctico”. Quito: Zitro. 2006. Pág. 95.

la investigación junto con la concentración económica y monopolización de los medios de comunicación.

Por último indicaremos algunos casos renombrados que explican claramente lo que ha sucedido con las concesiones de radiofrecuencia y televisión en nuestro país.

Sabemos que en algunos países de América Latina, la legislación estipula prohibiciones para que un solo grupo económico pueda recibir más de una concesión de frecuencias para canales de radio y televisión, con el objetivo de impedir que se conformen consorcios que monopolicen este tipo de medios.

En el Ecuador, el caso es totalmente distinto, porque existe un altísimo grado de concentración de las frecuencias concesionadas para radio y televisión en un reducido número de personas naturales o grupos económicos; con todo el peligro que ello implica. Esto podemos observar en el anexo 11.

3.1. Antecedentes y características principales.

3.1.1. Políticas Nacionales de Comunicación.

Con relación al derecho a la información, los Estados tienen la obligación de preparar una política de acorde a sus necesidades y desarrollo económico y social.

Los principios del derecho natural, han construido sistemas jurídicos, en función de creencias lógicas o metafísicas religiosas sobre la naturaleza del hombre y su existencia, para implantar juicios de valor que lleven a la construcción de una sociedad mejor.

Así entenderemos como derecho natural al “poder moral inviolable de poseer, hacer o exigir algo, como facultad de una persona para reclamar lo suyo entre iguales, o frente a una sociedad. Los sujetos de derecho solo pueden ser los seres humanos porque tienen libertad e inteligencia”.⁸⁸

⁸⁸ Carvajal, Nelson. “El medio Radiofónico”. Quito-Ecuador. 1983

Según Peter Schenkel, a partir de la década del 70, en América Latina y el mundo “se hace un cuestionamiento general en comunicación y se da un nuevo enfoque respecto al derecho de la comunicación, la comunicación como recurso, la comunicación horizontal y participativa, la planificación de la comunicación y el flujo equilibrado de noticias”⁸⁹; estos conceptos coincidieron en el debate sobre un nuevo orden informativo mundial.

Con esto nace la idea de establecer en los países, políticas nacionales de comunicación. Sin embargo, esto implicó un enfrentamiento entre medios de comunicación y el Estado, porque estas políticas apuntaban hacia un estatismo con amenazas a las libertades básicas del hombre como la libre expresión, según plantean los medios.

Pero en sí, con la implantación de políticas nacionales de comunicación, se pretende ordenar el sistema de comunicación de acuerdo con las necesidades prioritarias de la sociedad, con sus intereses y bienestar común. “Perú, Venezuela y Brasil son los que parecen haber avanzado más hacia políticas integrales de comunicación”⁹⁰.

Luis Ramiro Beltrán, crítico de la Comunicación en América Latina, define una política nacional como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación, armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso de comunicación de un país”⁹¹.

Para muchos críticos una política nacional de comunicación no pretende eliminar al sector privado, ni afectar a las libertades de expresión y prensa, pues una política de comunicación asegura los flujos equilibrados de información y procesos de comunicación acordes a las necesidades nacionales.

⁸⁹ Schenkel, Peter. “Ensayos sobre política tecnológica en América Latina”. Quito: ILDIS. 1974. Pág. 87-94.

⁹⁰ Beltrán, Luis Ramiro. “Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina”. México: Nueva Imagen. 1980. Pág.138.

⁹¹ Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos.
http://www.nuso.org/upload/articulos/242_1.pdf

Además, “el propósito no es estatizar los medios privados de comunicación, sino se trata de completar los sistemas de comunicación con medios públicos”⁹², al servicio de fines educativos y culturales, construyendo una moderna estructura de información que optimice la comunicación y su uso racional.

En el caso ecuatoriano, cabe mencionar la carencia de normas reguladoras antes de la presidencia de Rodríguez Lara en 1975. Donde se vio la necesidad de aplicar una política de comunicación que esté acorde con las condiciones políticas del momento. En este periodo se promovió la primera ley de Radiodifusión y Televisión, no reformada hasta marzo de 1995.

Fabián Garcés, reconocido periodista ecuatoriano, señala que:

“cada país necesita una política nacional de comunicación, tal política deberá estar sujeta o sometida a las políticas económicas, sociales, culturales, científicas que cada estado se dispone a aplicar; la política de comunicación, así como la cultural, educativa, social, y todas las políticas parciales, deben estar organizadas para servir a los objetivos y metas nacionales; además tiene que trazarse un sistema político-administrativo imperante y así pueden ir desde el estatismo, tan abominado en la actualidad, hasta el extremismo de dejar hacer y dejar pasar en materia de comunicación, que parece ser la moda, como Ricardo Braum explica: no se trata de estatizar, ni abandonar los principios de democracia implantando una política nacional de comunicación, más bien se trata de racionalizar el uso de los recursos existentes, entre ellos el uso de los medios masivos de comunicación para ayudar a satisfacer las grandes necesidades de nuestros pueblos”.⁹³

En el caso ecuatoriano, antes de la presidencia de Rodríguez Lara en 1975, existía una carencia de normas reguladoras en cuanto a frecuencias, es así que se vio la necesidad de aplicar una política de comunicación que esté acorde con las condiciones políticas de ese momento, promoviéndose la primera ley de Radiodifusión y Televisión, no reformada hasta marzo de 1995.

En el anexo N°2 recogemos los antecedentes fundamentales y los principales acontecimientos en la construcción de la legislación sobre medios de comunicación en nuestro país.

⁹² El Estado y la Comunicación entre el azar y la necesidad:

http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198551-52_97-121.pdf

⁹³ Garcés, Fabián. Ética Periodística, 1994, pág. 141

Además hemos hecho una pequeña síntesis sobre las instituciones que han ejercido control sobre los Medios de Comunicación y entre las primeras a cargo, se encuentran el **IETEL** (Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones) que controló las comunicaciones desde 1972 a 1992, cambiando de nombre a EMETEL.

LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA que se encargaba de la calidad de la programación educativa y cultural de los distintos medios de comunicación. El **MINISTERIO DE EDUCACIÓN** que desde 1975 era el encargado, junto con la Casa de la Cultura de controlar la programación de las estaciones de radio y televisoras del país, sin tener la calidad de juez.

Las **FUERZAS ARMADAS**, porque la última ley disponía que las radios comunitarias que deseen salir al aire, presentaran un informe favorable de las Fuerzas Armadas para conceder las frecuencias.

De igual manera La **SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES** creada en 1992 por el Presidente Rodrigo Borja, como un ente normador, regulador y controlador de las comunicaciones radiales y televisivas.

La **SECRETARIA NACIONAL DE COMUNICACIÓN DEL ESTADO**, encargada del cumplimiento de las disposiciones legales en el área de la comunicación social, además de la protección al derecho a la libertad de opinión y a la libertad de expresión. Finalmente en 1992, pasa a denominarse SENACOM, con las mismas funciones, como organismo adscrito al Ministerio de Información y Turismo y luego es dependiente de la Presidencia de la Republica, para el manejo y coordinación de la información oficial.

Y el **CONSEJO NACIONAL DE RADIODIFUSION Y TELEVISION (CONARTEL)**, órgano que regula y autoriza la concesión de frecuencias; las regulaciones se basan en los códigos de ética de la AER (Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión) y ACTVE (Asociación de Canales de Televisión del Ecuador). Hoy en día se conoce como CONATEL.

De acuerdo a los lineamientos críticos planteados en el primer capítulo, podemos ver que estas instituciones que han controlado de alguna manera los medios, tiene relación con la perspectiva funcionalista de los medios, porque ésta afirma que el Estado y sus instituciones

utilizan a los medios para vigilar a la sociedad y tener un cierto control sobre ella. Sobre todo en cuanto a información.

Para analizar el desarrollo de los medios de comunicación en el Ecuador, hemos sintetizado los elementos fundamentales de su evolución y su relación con el poder Estatal, para entender mejor la situación actual.

3.1.2. Medios de Comunicación como Instrumentos de Poder y Manipulación.

Los medios de comunicación son conocidos como aparatos de difusión masiva, es decir son el conjunto de instituciones capaces de producir, distribuir e inculcar formas de pensamiento, estilos de vida y cultura, entre otros aspectos.

En el Ecuador, los medios masivos de difusión: radio, prensa, televisión, la red e internet producen programas, distribuyen, transmiten, involucran e insertan ideas que la mayor parte del tiempo monopolizan la información de acuerdo a intereses particulares y no a los de la sociedad en conjunto.

Además no solo cumplen con la tarea de ser los transmisores de una ideología dominante, sino que también ayudan a establecerla y legitimarla en los distintos ámbitos de la sociedad, es por eso que los medios resultan eficientes al momento de implantar estereotipos y los que ostentan el poder se han inclinado por este negocio, limitándose a emitir la información oficial a su conveniencia.

Los medios como instituciones superestructurales, producen un elemento cultural que atrae al público y lo agrupa de acuerdo a sus gustos, tendencias políticas, identidad cultural, etc. Por lo que han sido considerados parte fundamental de las sociedades capitalistas. Entonces, la ideología capitalista dominante se ha insertado en la sociedad, sobre todo en los medios, porque a través de estos se consolida la acumulación del capital en la fetichización de la realidad. Esta función de los medios no es exclusiva, sino que se desarrolla conjuntamente con los aparatos ideológicos del Estado.

Por ende, hablaremos de los tradicionales grupos económicos de poder en los medios de comunicación ecuatorianos.

Entendemos por grupos económicos “a las empresas financieras y no financieras que se vinculan entre sí o por participaciones entre ellos o entre personas naturales que pueden estar o no emparentadas por relaciones de afinidad o consanguinidad que son parte de una familia ampliada. Estos grupos económicos se han constituido en grandes entramados complejos porque operan en las más diversas actividades”⁹⁴.

Según Luis Fierro, “una de las principales tendencias que se han observado en proceso de acumulación del capital en las últimas décadas, ha sido la constitución de grupos financieros o económicos, es decir, de conglomeraciones empresariales cuyos intereses no se encuentran ceñidos en una sola actividad económica, sino que abarcan un conjunto de sectores: industria, comercio, banca, servicios, etc.”⁹⁵

En la realidad esta formación de grupos ha adquirido un gran impulso, sobre todo desde los años 80, con todos los ajustes económicos del capitalismo que han desarrollado la centralización y concentración del capital, donde la constitución de estos grupos empresariales es un proceso que se ha generalizado.

El grado de monopolización de la economía ha llevado a la unión entre los dueños del capital financiero o económico y los representantes del Estado, sobre todo en gestiones económicas. Estos dueños manejan los principales sectores del país como la banca, la industria y sobre todo los medios de comunicación.

Como es de conocimiento en el Ecuador existen aproximadamente 20 grupos familiares que poseen un gran poder económico, con notorias influencias políticas en el desempeño del país; ya que en la época cacaotera (pepa de oro) se formaron poderosos grupos económicos que controlaban la producción y comercialización de este producto y que han controlado la economía y los medios como “Los Morla, Seminario, Noboa, Plaza, Rodríguez, Caamaño, Sáenz y en los terratenientes latifundistas los Aspiazu, Guzmán, Durán Levray, entre otros”⁹⁶.

⁹⁴ Ana V. Sánchez: http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_278.pdf

⁹⁵ Fierro Carrión, Luis. “Los Grupos Financieros en el Ecuador”. Quito, CEDEP. 1991. Pág. 15.

⁹⁶ Ibíd. Pág. 38-45.

Actualmente como consecuencia del desarrollo del capitalismo mundial, el número de familias privilegiadas se ha incrementado y fortalecido económicamente, sin ser esto causa de la desaparición de las antiguas oligarquías que por efectos económicos están ubicadas en otros sectores productivos. La formación de nuevos grupos de poder económico ha dado lugar al fortalecimiento de una poderosa oligarquía, aliada al sector externo de la economía.

En el anexo N°4 encontraremos un listado de los grupos económicos y su conformación, actualizada a inicios del 2010.

El Eco. José Moncada considera que los 10 grupos económicos de mayor significación en el país,

“se remontan hacia fines de la década de los 40, y que ejercen control sobre ciertos bienes estratégicos, sobre todo bienes de exportación como es el caso de la familia Noboa, grupo exportador de banano. Hasta grupos cuya formación es más reciente, especialmente aquellas que han apuntalado en la expansión del sector financiero e industrial, como serían los casos de los grupos Paz o Correa. Así mismo otros grupos cuya fortaleza ha dependido de la explotación de ramas importantes de la economía como son los grupos Pinto, Isaías y Dassum con la industria textil”⁹⁷.

Existen también otros grupos en las diversas ramas económicas e incluso en los medios de comunicación colectivos como: “**Febres Cordero, Estrada, Arosemena y Rivadeneira Rosales**, dedicados a la industria e importación.

Plaza, Zaldumbide y Burneo, ligados a la agroindustria (productores lácteos y cárnicos).

Isaías, Laniado, Durán, Icaza, ElJuri, Malo y Rosales, dedicados a la industria, comercio, medios de comunicación y finanzas.

El grupo **Wright** conjuntamente con los **Paz Durán**, son importadores y accionistas de los principales centros comerciales de la capital y del grupo financiero PROINCO, que operan en casi todas las ramas de la economía y **Ponce Martínez y Villaquirán Lebed**, vinculados a la

⁹⁷ Moncada Sánchez, José. “Capitalismo, burguesía y crisis en el Ecuador”. Quito: Universidad Central. 1983. Pág. 60.

industria y finanzas, junto con *Paz Correa y Pinto*, con especial interés en los medios de comunicación”⁹⁸.

Estos grupos de poder tienen activa participación y vinculación con los partidos políticos del país, en las instituciones legislativas y ejecutiva, quienes en definitiva ayudan a tomar las decisiones en última instancia sobre las leyes que rigen el país, con los negociados que no son desconocidos para nadie.

Entre los mecanismos que utilizan los grupos económicos de poder para aumentar su control, está su vinculación en la política a través de financiamientos de campañas electorales. De igual manera, en el ámbito de las comunicaciones reproducen fenómenos globales. Estos grupos lo conforman “el grupo Alvarado Roca, que ha construido la cadena Ecuavisa, la empresa Editoriales Nacionales (ENSA), la revista deportiva Estadio, revista Hogar y la infantil Pokes.

“El grupo Filanbanco, en el que estaban los Isaías Barquet, Dassum, Bucaram, Barakat, Behr, Adum, Fayad, Mohauad, Kuri, Kronfle y Antón Díaz, controlaban TC (Familia Isaías), Diario Hoy, Gamavisión y una cadena de estaciones de radio como Bolívar, Carrousel, Sonorama, del Pacífico, Sideral y publicaciones de revistas: La Otra, La Mía, La Tuya. Actualmente TC y GamaTV han sido incautados y forman parte del Estado”⁹⁹.

Esto es un claro ejemplo de lo expresado en las perspectivas marxistas, en donde la mayoría de los medios son fundados por élites sociales y financieras que se subordinan a sus intereses, de igual manera lo expresa la teoría crítica de Noam Chomsky, donde se puede evidenciar claramente las élites ven a los medios como un instrumento de control para la concentración de poder.

Podemos ver la inmensidad de este monopolio, que a más de incursionar en lo económico controla medios de comunicación, política económica y política nacional. En promedio, estos grupos controlan cerca de la mitad de la economía nacional; sin embargo en la mayoría de los

⁹⁸ Fierro Carrión, Luis. “Los Grupos Financieros en el Ecuador”. Cap. V. Quito, CEDEP, 1991

⁹⁹ *Ibíd.*

grupos existe una significativa asociación con el capital extranjero y en algunos casos se trata de grupos estructurados entorno a empresas transnacionales.

3.1.3. Características y Tendencias de la Radio.

Con lo antes mencionado podemos establecer que existen medios de comunicación muy importantes para el desarrollo comunicacional del país, por lo que nos centraremos en la radio, ya que nos representa un tema de controversia e interés y porque existe un Informe de concesiones de radiofrecuencias en el país, que muestra como se ha manejado este medio en las últimas décadas.

Desde sus inicios en Latinoamérica “la radio empezó en 1921, con emisoras experimentales en algunos países. Por ejemplo en Buenos Aires se creó una radio artesanal para transmitir una ópera de Wagner. Pero en 1922 aparecieron oficialmente las primeras emisoras, en las que entonces eran las naciones más avanzadas y cultas del continente: Cuba y Uruguay. Un año más tarde siguieron Chile, México y Brasil”¹⁰⁰.

En el Ecuador la presencia de la radio comenzó en 1925, cuando el Ing. Carlos Cordovez Borja instaló en la ciudad de Riobamba, la primera emisora ecuatoriana de radio llamada “El Prado”; en sus inicios de manera esporádica y experimental, pero estable desde 1929.

Dos años más tarde en Quito, se inició la “HCJB La Voz de los Andes” con programas de gran influencia en la ciudadanía capitalina, a pesar de ser de difusión religiosa. Y en 1925 nace la radio “El Palomar”.

En Guayaquil, “en 1927 funcionaba la “Radio París” y más adelante la “Ecuador Radio”. Otra fue “Radio Quintana Piedad” y “La Voz del Litoral”. Luego en 1935 aparecen Radio “El Telégrafo” vinculada al diario del mismo nombre”¹⁰¹, siendo la única de aquella época que continua en el aire.

¹⁰⁰ San Félix, Álvaro. “Radiodifusión en la mitad del mundo: apuntes históricos”. Quito: Nacional. 1991. Pág.13.

¹⁰¹ Ibíd. Pág.16.

La radio se ha convertido en un mercado, donde existe una infinidad de ofertas para todos los gustos, edades, sexos, etc. Y cada una ofrece mensajes diversos para llamar la atención del ciudadano.

Existen varias radios dirigidas a diferentes tipos de audiencias y gustos, como rock, salsa, merengue, vallenatos, jazz, etc., un ejemplo es la radio “Exa FM 92.5” que se define como una radioemisora con programación exclusiva de música rock-pop en inglés y español o también radio “La Rumbera 99.7 FM” especializada en música tropical y vallenatos, y finalmente radio “Centro de Quito 97.7 FM” de inclinación informativa.

Como características de las radios, señalamos que es el medio que tiene mayor poder de penetración en el Ecuador, un 98.7% de la población ecuatoriana tiene al menos un aparato de radio en sus hogares, como lo establece la Superintendencia de Telecomunicaciones, con un servicio de 926 estaciones de Frecuencia modulada FM que representan el 77%, 2570 estaciones de Amplitud modulada AM que representan el 21% y por ultimo 15 estaciones de Onda corta OC con el 1% (Un total de 1207 estaciones), con gráficos que se podrán apreciar en el anexo N°5.

La radio está en continua transformación desde que llegó al Ecuador, porque es un medio que entretiene e informa, y de ello se han encargado numerosos locutores, que han hecho furor en las radios ecuatorianas.

Además sirve de compañía al radioyente, informa oportunamente y llega al gusto de quien la sintoniza; estos cambios sin duda han hecho que la radio cobre más vigencia y se considere como un medio importante para la inversión publicitaria. En la actualidad con los datos ya señalados, en todo el país existen 1207 emisoras de radio, donde el 20% se encuentran en las provincias de Pichincha y Guayas.

En cuanto a tendencias, en los últimos años han surgido varios fenómenos, como el exagerado incremento de radios en FM con un nuevo formato de programación, que penetra con mayor facilidad en la sociedad ecuatoriana y donde el oyente puede disfrutar de la música con excelencia de sonido, pero no en su contenido.

Ante este fenómeno, las emisoras radiales tienden a agruparse y a formar cadenas informativas para articularse en un grupo más sólido y captar audiencia, como lo han hecho, NOTIHOY, Sucre Cadenar, Noticiero Nacional al Aire, CRE Satelital Ecuador, entre otras.

Treinta años atrás, las estaciones de FM solo emitían música instrumental, pero pese a los adelantos tecnológicos-comunicacionales y las nuevas exigencias, algunas emisoras se mantienen con la misma emisión, como Radio la Prensa de Guayaquil 100.1 FM y anteriormente Radio Concierto de Quito 90.5 FM, actual Radio Disney.

Sin duda, parece que las nuevas estaciones de radio dirigen sus programaciones a los diferentes tipos de audiencias, sobre todo a los jóvenes; en el caso de Quito se presentan Radio Majestad FM, JC Radio, Radio Planeta, Hot 106, Radio Mas Candela, Radio Onda Cero y Exa FM. Y en Guayaquil Radio Antena, Radio Rumba, Radio Disney, Radio Fuego y Galaxia Stereo.

Para entender de mejor manera a las concesiones de radiofrecuencias en el Ecuador, es necesario incluir la normativa de concesiones de frecuencias, que son los procesos estipulados por la ley para el acceso a una frecuencia de radio y televisión. Se encuentra adjuntado en el anexo N° 3, el Reglamento de Concesión de Frecuencias de Radiodifusión y Televisión.

Concentración de los Medios de Comunicación en el Ecuador.

Luego de la aprobación de la reforma a la Ley de Radiodifusión y Televisión en 1995, el cuadro de concesionarios de frecuencias de radio y televisión ha variado.

Como ya hemos dicho, desde los inicios de la radiodifusión en el país, pocos han mantenido un medio que cumpla con las exigencias que la tecnología y el público demandan.

Antes de 1995, año que fue aprobada la Ley Reformatoria, existían grupos económicos que se reafirmaban y dirigían la opinión pública a favor de sus intereses utilizando los medios de comunicación, como la radio y la televisión. Pero con esta reforma se siguieron aumentando a gran escala las frecuencias en el país. La mayoría de frecuencias concedidas desde 1995

fueron para centros poblados y económicos del país, situación que simplemente respondió a contextos políticos como lo describimos en el siguiente subcapítulo.

Como ya hemos citado, en el Ecuador existen grupos monopólicos de poder económico y a nadie sorprende que los mismos nombres aparezcan en un cuadro de grupos monopólicos de los medios de comunicación. Si bien ellos, directamente no manejan una radio, canal de televisión, periódico, revista, otros son los encargados de dar sus nombres y aparecer como concesionarios.

Uno de los grupos más significativos es Alvarado Roca, que se centra exclusivamente en la industria editorial y en medios.

Actualmente es “propietario de la cadena Televisora Nacional, Ecuavisa, canal UHF, canal 22 Telemundo, 4 revistas de circulación nacional (Vistazo, Hogar, Estadio y Generación XXI), distribuidora Univisa Cable, Simón-TV por cable y Ecuavisa Internacional; además posee algunas radios FM como Galaxia, Tropicálida, Metro, Alfa Stereo y JC radio La bruja”¹⁰².

Consideramos que el **espectro radioeléctrico** es un elemento importante para nuestro tema de tesis, por lo que hemos visto la necesidad de analizar su definición, propiedad y manejo.

El espectro radioeléctrico es un recurso de carácter limitado, que requiere de una utilización racional, equitativa, eficiente y económica. Constituye un bien de dominio público sobre cual el Estado ejerce su soberanía. Cada país en su legislación cuenta con definiciones que delimitan el concepto con la descripción de las bandas de frecuencia que lo integran.

En la Constitución de 1998, en el artículo 247 se señala que: “*Será facultad exclusiva del Estado la concesión del uso de frecuencias electromagnéticas para la difusión de señales de radio, televisión y otros medios. Se garantizara la igualdad de condiciones en la concesión de dichas frecuencias, se prohíbe la transferencia de las concesiones y cualquier forma de acaparamiento directo o indirecto por el Estado o por particulares de los medios de expresión y comunicación social.*”

¹⁰² Observatorio de medios: <http://www.uctd.com/estudiantes/mauriciomalo/observatorio/duenos.html>

Mientras que en la Constitución vigente, en su artículo 408, reafirma la propiedad del Estado sobre el espectro radioeléctrico, estableciendo que *“son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos minerales y de hidrocarburos, sustancias cuya naturaleza sea distinta de la del suelo, incluso los que se encuentran en las áreas cubiertas por las aguas del mar territorial y las zonas marítimas; así como la biodiversidad y su patrimonio genético y el espectro radioeléctrico. Estos bienes solo podrán ser explotados en estricto cumplimiento de los principios ambientales establecidos en la Constitución.”*

Las citas constitucionales antes expuestas, en forma irrefutable e irrefutable, demuestran que el espectro radioeléctrico es propiedad del Estado. Sobre esta base la Constitución de 1998 ordena que el Estado asuma la facultad exclusiva de concesionar el uso de las frecuencias y prohíbe su transferencia.

Es el Estado, quien representa a la sociedad ecuatoriana en su conjunto, el propietario del espectro radioeléctrico, condición por la cual se arroga el derecho de administrarlo, controlarlo y concrecionarlo si lo considera adecuado.

El artículo 4 de la Ley de Radiodifusión y Televisión expresa: *“el uso de las frecuencias radioeléctricas para los servicios de radiodifusión y televisión requiere de una concesión previa otorgada por el Estado y dará lugar al pago de los derechos que corresponda. Cualquier ampliación, extensión o renovación de las modificaciones, requiere de una nueva concesión previa y expresa.”*

Por lo que el Estado se reserva el derecho a administrar su propiedad y a aprobar la transferencia de su patrimonio, delegando al CONARTEL para que otorgue frecuencias o canales para radiodifusión y televisión.

Estamos conscientes de que el espectro radioeléctrico es considerado un bien estratégico porque tiene un gran impacto social y económico para todos los sectores. De aquí se deriva el constante interés de tener participación en los medios de comunicación.

3.2. Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”.

3.2.1. Breve reseña del informe.

De acuerdo al informe, hemos logrado concretar algunos datos básicos, que nos permiten ahondar más en el tema.

La Comisión para la Auditoría de las Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión, se conformó en noviembre del 2008 por decreto ejecutivo 1445. Los objetivos de la Comisión fueron determinar:

- “La constitucionalidad, legitimidad y transparencia de las concesiones, considerando los enfoques legal, financiero, social y comunicacional.
- La existencia de monopolios u oligopolios directos o indirectos en el uso de las frecuencias.
- Las entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas que mantienen participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación”.¹⁰³

A partir de esto la Comisión se encargó de la elaboración y aprobación del reglamento con el cual funcionarían, direccionados a ser imparciales, honestos y objetivos.

La visión que tenía la Comisión era de contribuir “a la democratización de la comunicación, al ejercicio de la democracia y el derecho a la comunicación”¹⁰⁴; y la misión era “determinar la constitucionalidad, legitimidad y transparencia de las concesiones”.¹⁰⁵

Además se organizaron Subcomisiones como la Subcomisión Permanente de Auditoría de la Concesión de Frecuencia, Sobre monopolización, Especial de Marco Normativo y Especial de Comunicación.

¹⁰³ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pag.13

¹⁰⁴ Ibíd. Pag.14

¹⁰⁵ Ibíd. Pag.15

Los documentos que se utilizaron fueron suministrados por el CONARTEL, la SUPERTEL y otras instituciones que tenían cierta información al respecto como la Superintendencia de Compañías (SUPERCÍAS), Superintendencia de Bancos (SUPERBANCOS), SRI, entre otras. Además utilizaron información proporcionada por la ciudadanía.

Los casos analizados desde 1995 hasta el 2008 fueron 5.556 junto con información de las audiencias públicas y este informe trata de demostrar a los ecuatorianos como se han venido manejando las concesiones que han causado un total caos y falta de ética en sus manejos, por eso a nadie le sorprende el poderío que tienen los medios de comunicación en nuestro país.

Además se analiza los exámenes de auditoría sobre las concesiones, realizados por la SUPERTEL desde 1995 al 1997 y la Contraloría General del Estado desde 2003 al 2005 para encontrar las infracciones que se han dado a lo largo de estos años.

Primeramente en el caso de la SUPERTEL, de 236 contratos de concesión, se firmaron 225 sin autorización del CONARTEL, causando perjuicio a la sociedad y un grave abuso al atribuirse funciones que no tenían relación a su responsabilidad.

Así mismo, la Contraloría General del Estado, ejecuto 2 informes, un borrador y un informe final, en donde se obtuvo marcadas diferencias y se modifican las recomendaciones del borrador;

“permitiendo que el CONARTEL y la SUPERTEL, regularicen las concesiones cuyos procesos se demuestran como ilegales, convalidando la arrogación de funciones por parte del CONARTEL e impide la sanción en los términos que establece la ley de Radiodifusión y Televisión y su reglamento”.¹⁰⁶

3.2.2. Algunos resultados de la investigación.

En esta investigación se ha constatado el no seguimiento de las normas de acuerdo a lo estipulado en la ley, con respecto a la integración del CONARTEL, faltando a las disposiciones de la Constitución de 1998 que también fue ratificada en la nueva Constitución.

¹⁰⁶ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pag.37

En su artículo 123, la Constitución de 1998 dice: “No podrán ser funcionarios ni miembros de organismos directivos de entidades que ejerzan la potestad estatal de control y regulación, quienes tengan intereses o representen a terceros que los tuvieran en las áreas que vayan a ser controladas o reguladas.”¹⁰⁷

En este caso, se demuestra que no se cumplió lo señalado en la Constitución y se constituyó el CONARTEL con personas que tenían relación directa con las concesiones, porque los delegados de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) y la Asociación Ecuatoriana de Canales de Televisión (AECTV), durante 13 años formaron parte ilegalmente del directorio.

Según el informe, todas las resoluciones que se han efectuado en esta conformación, son nulas de pleno derecho por haber violentado el mandato de la Ley Suprema del Estado.

Así mismo, se registra la inobservancia del principio de prelación cronológica en la atención de solicitudes de frecuencias, donde no se respetó el orden de presentación de las solicitudes, a pesar de haberse cumplido con todos los requisitos legales y reglamentarios para acceder a una frecuencia.

Esta ausencia de reglas claras y falta de transparencia respecto a los criterios y bases para el otorgamiento de las concesiones, "permitió a los diferentes directivos del CONARTEL, un espacio excesivo de discrecionalidad, irrespetando el orden cronológico de las solicitudes, actitud que devino en arbitrariedad y discriminación."¹⁰⁸

A continuación mostraremos el caso de **Radio para la Alianza Francesa de Quito:**

“La Alianza Francesa había solicitado una frecuencia a CONARTEL para operar una emisora cultural en Quito, sin fines de lucro en convenio con Radio Francia Internacional. El 28 de julio del 2000 les fue autorizada la frecuencia 100.5 Mhz. Todo iba muy bien, la Alianza Francesa compró los equipos de transmisión y se hizo la publicación para conocer una eventual impugnación.

¹⁰⁷ Ilegal integración del directorio del CONARTEL: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/90-ilegal-integracion-del-directorio-del-conartel.html>

¹⁰⁸ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág.50.

Resultó que Radio Zaracay, propiedad del alcalde social cristiano de Santo Domingo de los Colorados, impugnó la concesión diciendo que él había solicitado antes esa frecuencia para repetidora. Y que él tenía la prioridad (derecho de prelación) porque la concesión de radio Zaracay era para Santo Domingo y sus alrededores.

Y según él, la ciudad de Quito debía considerarse sus (alrededores). Por increíble que parezca, fue retirada la concesión de la Alianza Francesa y entregada a este alcalde. Aldo Otatti era el presidente, por entonces del CONARTEL¹⁰⁹.

Declaración de Carlos Larreátegui, ex presidente de la Alianza Francesa, realizado a título personal, en audiencia pública ante la Comisión de Auditoría el 20 de Enero del 2009.

Desde que se inició el CONARTEL se recibieron 1.943 solicitudes, pero de estas solo el 65.31% (1.269) fueron no atendidas, lo que demuestra que dos de cada tres solicitudes no fueron atendidas ni tuvieron respuesta alguna. A continuación se puede observar el cuadro con los datos ya enunciados.

¹⁰⁹ Ibíd. Pág.49.

ESTADO	NUMERO DE SOLICITUDES	PORCENTAJES
No atendida	1,269	65,30%
Autorizada	441	22,70%
Negada	142	7,31%
En tramite	61	3,14%
Suspendida	30	1,54%
Total General	1,943	100%

Fuente: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Periodo 1995-2008. Cuadro realizado por las autoras con la ayuda de los datos brindados por el informe

El tema de la libertad de expresión es muy escuchado hoy en día, sobre todo cuando el Estado interviene cuestionando los diversos programas o no renueva las concesiones, pero cómo se puede seguir pensando esto, cuando desde un inicio se han violado las normas y los únicos que han salido beneficiados arbitrariamente han sido empresarios, funcionarios públicos, diputados, iglesias, etc.

Mientras que los pequeños empresarios, comunicadores, radiodifusores por vocación y grupos comunitarios e indígenas, nunca recibieron repuesta alguna; al igual que las universidades e instituciones educativas que no tuvieron la oportunidad de ofrecer una programación a sus estudiantes.

De igual manera está el **caso de Alfredo Tazanbay de Riobamba**. Caso obtenido del Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág.58

"Desde 1962, mi padre fue radiodifusor en Riobamba. Tenía la estación Ondas del Chimborazo en AM. En 1989, decidió instalarse en Quito y continuar con su trabajo. Entonces, solicitó una frecuencia para operar en Quito. Se la negaron diciendo que no había disponibilidad.

En 1991, volvió a solicitar y en 1992, cuando Sixto Durán era Presidente Constitucional de la República, volvió a solicitar. El Sr. Adolfo Loza le negó aduciendo que no respondía a ninguna recomendación del Presidente de la República.

En 1994, nuevamente solicitó y nuevamente le negaron con el mismo argumento de que no había disponibilidad de frecuencias. Un día, mi padre recibió una llamada del CONARTEL. Una llamada con una propuesta, si pagaba 50 mil dólares le darían una concesión en el 2000. En esta época estaba Aldo Ottati como presidente del CONARTEL.

Le dijeron: "Somos 10, así que tiene que poner 5 mil por cabeza si quiere la concesión". Por supuesto no aceptamos este chantaje. En esta época se concedieron varias frecuencias como la Gitana, la Azúcar, varias, pero nuestra solicitud nunca salió.

Declaración de Alfredo Tazanbay y Pedro Tazanbay en audiencia Pública ante la Comisión de Auditoría del 13 de marzo del 2009”¹¹⁰.

Todas estas acciones que no han seguido el proceso correspondiente, han traído consigo el irrespeto a los principios de transparencia, no discriminación e igualdad de oportunidades, han afectado al desarrollo comunicacional de nuestro país, por la falta de normas claras y justas para obtener las diferentes frecuencias de radio y televisión. Es decir “el CONARTEL ha irrespetado lo normado en sus propias resoluciones, como el principio de prelación cronológica, de manera sistemática y a lo largo de todos estos años.”¹¹¹

En cuanto a los procesos irregulares de carácter puntual planteados en el informe, se dio la transferencia directa y el mecanismo devolución-concesión. La transferencia directa se basa en la concesión de radiofrecuencias del CONARTEL a la persona que ha solicitado la frecuencia como se señala en la Constitución de 1978 que se permitía la transferencia de las concesiones, pero en la de 1998 se anuló las transferencias de frecuencias y se suprimieron las normas de la Ley de Radiodifusión y Televisión; a pesar de esto el CONARTEL siguió otorgando frecuencias haciendo caso omiso a la Constitución.

Mientras que el mecanismo de devolución-concesión fue creado por una resolución efectuada por el propio CONARTEL, para intentar legitimar las transferencias directas prohibidas por la

¹¹⁰ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág.58

¹¹¹ *Ibíd.* Pág.59.

Constitución y la Ley, en donde un concesionario quiere vender su emisora a un posible comprador, entonces se dirige al CONARTEL, donde expresa su voluntad de devolver la concesión al Estado y solicita la autorización para vender los equipos.

Éste aprueba la devolución y venta, otorgándole la preferencia y concesión al comprador. Pero en realidad lo que se vende es la concesión de la frecuencia otorgada por el Estado, ya que los equipos no pueden operar sin la frecuencia.

Esto es evidentemente un negocio donde se beneficiaban todos los que participan en el proceso incluyendo los directivos del CONARTEL, ya que el valor que se presentaba en la promesa de compra-venta es muy inferior al costo real.

Veamos un claro ejemplo expuesto en el informe en donde "el concesionario Gamboa Comunicación Total Cía. Ltda., correspondiente a Radio Bonita, representada por el señor Luis Gamboa, tiene en sus registros que la suma total de los valores de todos sus contratos de compra-venta de equipos para dicha emisora, es de US\$ 86.052.80. El mismo señor Luis Gamboa, como lo demuestra la copia del documento que se puede ver en el anexo N°6, oferta Radio Bonita FM por la suma de UN MILLON OCHOCIENTOS MIL DOLARES AMERICANOS."¹¹²

Otra forma de perjudicar al Estado es la transferencia de las concesiones de frecuencias de personas naturales a personas jurídicas, ocultando a los verdaderos concesionarios.

"La conformación de empresa para ocultar la identidad de los verdaderos concesionarios es una práctica cada vez más frecuente entre los concesionarios o grupos que mantienen ya un elevado número de concesiones, en el intento de incrementar su poder fáctico que incide sobre el poder económico y político y burlar las limitaciones que impone la Ley respecto al número máximo de concesiones. Desde otra perspectiva este accionar también oculta prácticas monopólicas, lo que contradice las disposiciones constitucionales que las prohíbe. La Constitución de 1998 prohíbe el acaparamiento y la del 2008 prohíbe la formación de monopolios"¹¹³.

Igualmente se da la ilegal prórroga de plazos, donde el CONARTEL otorgó a los concesionarios más tiempo de lo que señalaba la ley, en la firma de contratos, entrada en operación, pago de obligaciones económicas y renovaciones.

¹¹² Informe de "Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión". Pág.72.

¹¹³ Ibíd. Pág. 73.

Una falta de peso que cometió el CONARTEL fue incumplir el Reglamento en cuanto a sanciones, donde se explicaba que la mora en el pago por más de tres meses seguidos conllevaba a la suspensión de emisiones hasta 90 días y la mora por más de seis meses a la reversión de la frecuencia al Estado y luego favoreció a los deudores, concediéndoles plazos y favores especiales, violando la Ley y perjudicando al Estado.

Para tener un ejemplo de estas formas ilegales en el anexo N°7 se detallan los concesionarios.

Como es evidente el CONARTEL manejaba a su antojo y conveniencia la Ley de Radiodifusión y Televisión, sin estar facultado para hacerlo.

Continuando con los procesos irregulares de carácter puntual, se dio la renovación ilegal de las concesiones de frecuencias, omitiendo lo establecido por la Ley, en donde se efectuaron renovaciones sin previa solicitud del interesado o fuera de los plazos establecidos. El plazo era de 30 días antes del vencimiento del contrato, por lo que muchos concesionarios solicitaron la renovación de sus contratos fuera del tiempo estimado.

“Actualmente, según el estudio de la Comisión, de las 1.637 emisoras concesionadas, 276 mantienen contratos vencidos a diciembre del 2007. El caso más grave es el de una emisora en Manabí que tiene concesión vencida desde 1990. Igualmente existen 47 emisoras que tienen sus contratos vencidos desde hace 10 o más años.”¹¹⁴

De manera automática las renovaciones se efectuaron sin un previo análisis por parte de la SUPERTEL, organismo encargado de evaluar y dar un informe técnico de las frecuencias y las emisoras que tenían contratos vencidos desde hace varios años y continuaron trabajando sin concesiones vigentes.

Otro proceso negativo es el de otorgar concesiones sin informe técnico previo o con informe negativo de la SUPERTEL, como concesiones de canales inexistentes u ocupados por otros concesionarios, porque el CONARTEL pensaba que no era obligatorio acoger los informes técnicos y jurídicos de la SUPERTEL, tomando decisiones que no le competían y ponía en riesgo la igualdad y equidad para todos los solicitantes.

¹¹⁴ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág.119.

Esta manera de proceder pone en evidencia la competencia entre el CONARTEL y la SUPERTEL, donde existe una pugna de poderes en el abuso del mandato legal de cada una de ellas, demostrándonos el beneficio que obtenían los concesionarios privilegiados.

Además hubieron concesiones a medios radiales y televisivos clandestinos, en el cual el CONARTEL “con el listado de los medios que tributan ante el SRI, se constata la existencia de 261 medios (radios AM y FM, televisión abierta y pagada) que tributan, y no constan entre las 1.637 concesionarias de frecuencias de radio y televisión registradas por el CONARTEL”.¹¹⁵

Cuadros que demuestran las cifras antes mencionadas:

¹¹⁵ Ibíd. Pág. 130.

PROVINCIA	ONDA CORTA	AM	FM	TELEVISIÓN ABIERTA	TV POR SUSCRIPCIÓN	Total PROVINCIAL
Azuay		19	66	26	1	112
Bolívar		6	20	9		35
Cañar		8	25	15	1	49
Carchi		3	33	13		49
Chimborazo	1	16	53	20	2	92
Cotopaxi	1	13	14	9		37
El Oro		18	55	19		92
Esmeraldas		7	38	18		63
Galápagos		1	17	27	2	47
Guayas		50	65	25	6	146
Imbabura	2	15	32	15		64
Loja	4	9	59	28	1	101
Los Ríos		6	38	17		61
Manabí		17	80	22	3	122
Morona Santiago	5	2	30	15		52
Napo	3	2	21	14		40
Orellana			15	2		17
Pastaza		1	16	10		27
Pichincha	3	50	56	26	9	144
Santa Elena		3	51	15		69
Santo Domingo		4	41	13	3	62
Sucumbios		2	30	6		38
Tungurahua	1	19	42	17	1	80
Zamora Chinchipe			20	18		38
Total NACIONAL	21	271	917	399	29	1637

PROVINCIA	AM	FM	TELEVISIÓN ABIERTA	TV POR SUSCRIPCIÓN	SA	Total general
Azuay		7	2	5		14
Bolívar				3		3
Cañar		2		6		8
Carchi		1		2		3
Chimborazo	1	4		3		8
Cotopaxi				3		3
El Oro		5		7		12
Esmeraldas		1	1	3		5
Galápagos			1	1		2
Guayas	3	6	4	13		26
Imbabura				3		3
Loja	1	1	1	4		7
Los Ríos		2		6		8
Manabí	1	5		12		18
Morona Santiago				3		3
Napo		1	1	1		3
Pastaza		1		2		3
Pichincha	6	3	1	31		41
Santa Elena		1		1		2
Santo Domingo			1	2		3
Sucumbios				7		7
Tungurahua		4				4
Zamora Chinchipe		1		5		6
SA	4	30	3	25	7	69
Total general	16	75	15	148	7	281

NOTA: SA = Sin información

ESTADO DEL CONTRATO O DE LA SOLICITUD	NO OPERA	OPERA	OPERA SEGUN SRI	Total general
Solicitud pendiente	1	1		2
Concesión revertida	1		1	2
Solicitud presentada			27	27
Terminación contrato	1	2		3
Contrato vigente	10	145	2	157
Sin definición			70	70
TOTAL GENERAL	13	148	100	281

Fuente de los cuadros: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”.

Ahora bien, según la Ley de Radiodifusión y Televisión, la SUPERTEL debía incautar los equipos y clausurar las estaciones, pero aún teniendo conocimiento del problema, no procedió a tomar cartas en el asunto; igualmente la falta de preocupación y atención a los solicitantes por parte del CONARTEL ha llevado a propagar este problema.

Según datos del informe existen resoluciones adoptadas por el CONARTEL, donde se conceden frecuencias a favor de quienes operaban clandestinamente, de esta manera se establece un mecanismo de "regularización" para ocultar los actos ilegales.

Continuando con las irregularidades, se han dado más de una concesión del mismo tipo de servicio por provincia, es decir, que un mismo concesionario ya sea natural o jurídico, directa o indirectamente tiene más de una concesión, lo cual es prohibido por la Ley. La concentración y el acaparamiento de frecuencias han sido y es un problema para todos los ciudadanos en cuanto a su derecho a la comunicación; ya que se ha permitido la concentración económica y monopolización.

En nuestro país la Ley de Radiodifusión y Televisión ha favorecido a la concentración porque,

"la ley de 1975 establecía que una persona natural o jurídica podía tener, directa o indirectamente, un máximo de un sistema de televisión, dos canales AM (Amplitud Modulada), una OC (Onda Corta) y tres FM (Frecuencia Modulada) en todo el país (Art.10). Con la reforma de 1995, se produjo un cambio que permitió que una persona natural o jurídica, pueda ser concesionario de hasta 24 concesiones de frecuencias en AM, 24 en FM y un sistema nacional de televisión."¹¹⁶

Ésta última reforma entró en contradicción con la última Constitución, porque en la Constitución no se permite el oligopolio o monopolio directo o indirecto de los medios o frecuencias. Una práctica recurrente a esta acumulación de frecuencias son los testaferros, parientes consanguíneos o de afinidad y compañías que encubren al titular.

En cuanto a los procesos que irrespetan principios éticos, está la autoasignación de concesiones de frecuencias de radio y/o televisión para los miembros y funcionarios del CONARTEL y la SUPERTEL, y allegados a éstos.

¹¹⁶ Informe de "Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión". Pág.136.

Desde la creación del CONARTEL en 1995 hasta enero del 2009, su conformación no ha seguido los procedimientos estipulados en la ley, porque siempre hubo miembros que por mandato constitucional no podían formar parte del consejo, por ser concesionarios o por representar a estos.

Mediante una corta cronología indicaremos como el mismo Estado designó como representantes del CONARTEL a personas que estaban vinculadas de una u otra forma con los medios de comunicación:

- “El primer presidente de CONARTEL, nombrado como representante del arquitecto Sixto Durán Ballén, fue el señor Jorge Aguilar Veintimilla, concesionario de Radio Bolívar FM. Aguilar ejerció la presidencia del organismo de control entre el 12 de junio de 1995 y el 9 de agosto de 1996.
- Entre el 27 de agosto de 1996 y el 16 de marzo de 1997, ejerció la presidencia del CONARTEL el señor Vicente Arroba Ditto, concesionario de Radio Sucre, en representación del presidente Abdala Bucaram Ortiz.
- El Ministerio de Educación y Cultura en 1997 nombró como su delegado ante el CONARTEL al Dr. Jorge Ernesto Piedra Cardoso, quien actuó con este mismo organismo, desde el 13 de marzo de 1997 hasta el 23 de febrero del 2000. El Dr. Piedra figura como representante legal del concesionario Piedra Cardoso Hnos. Cía. Ltda., de la misma emisora Súper 94.9 FM de la ciudad de Cuenca (Provincia del Azuay).
- El Doctor Jorge Piedra Cardoso como miembro del CONARTEL fue designado Presidente Ocasional y como tal, en su momento, ocupó la presidencia del CONARTEL.
- Entre el 22 de enero del 2003 y el 12 de noviembre del 2004, ejerce la presidencia del CONARTEL el Ing. Freddy Moreno Mora era, como delegado del presidente Lucio Gutiérrez Borbúa. El Ing. Moreno era, al momento, concesionario de Radio Amor y Radio Rumba.
- El Dr. Jorge Homero Yunda Machado concesionario de la frecuencia 92.7 MHz. de la ciudad de Ibarra y 106.5 MHz. de la ciudad de la Latacunga (Radio Candela), como delegado del Presidente de la República Eco. Rafael Correa Delgado asumió la

presidencia del CONARTEL desde el 23 de enero del 2007 hasta el 6 de enero del 2009.”¹¹⁷

Esta vinculación o interés de las personas con los medios podemos observar en el anexo N° 8.

El último presidente del CONARTEL, Dr. Yunda Machado, incluyó como asesor institucional a su sobrino el señor Christian Hernández Yunda, al siguiente día de haber empezado sus labores; y un año después fue nombrado secretario general de dicha institución. Comprobando que siguen realizando actividades nepotistas.

En el anexo N°8 incluiremos un listado de miembros del CONARTEL que son concesionarios o representantes de los mismos.

De igual manera incluiremos el caso muy nombrado de Bernardo Nussbaum en cuanto al mecanismo de autoasignación; el ex presidente de la AER (Asociación Ecuatoriana de Radios) afirmó que no era concesionario de ninguna frecuencia, pero la Comisión verificó que algunas empresas concesionarias tienen relación con la empresa Servidinámica, propiedad de Nussbaum.

Igualmente se comprobó que las mismas empresas tienen la dirección y teléfonos exactos que la empresa Servidinámica, expresando con claridad lo que hemos mencionado anteriormente.

En cuanto a legislación favorable a la extranjerización de los medios de comunicación, bastaba que cualquier extranjero cree una persona jurídica en el Ecuador para poder ser concesionario, como por ejemplo la Radio FM 92 Stereo S.A. aparece en la Superintendencia de Compañías, como una compañía ecuatoriana porque fue creada en el Ecuador; sin embargo tiene como socio a la compañía extranjera "Sanchest Holdings Limited".

"El proceso de concentración y monopolización de frecuencias, sumado a la extranjerización de muchas concesiones y la difusión de franquicias extranjeras (Disney, Las 40 principales, EXA y otras) afecta, sin duda, a los contenidos de la programación, tanto de radio como de televisión, que reciben los radioescuchas y telespectadores ecuatorianas y ecuatorianos"¹¹⁸.

¹¹⁷ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág.146.

¹¹⁸ Ibíd. Pág.168.

Según algunos resultados del informe, se pudo constatar que los organismos responsables de controlar el capital extranjero como la SUPERCIAS, no cumplieron lo establecido por la Ley de Radio y Televisión, en donde se indica que no se puede otorgar concesiones a personas naturales o jurídicas extranjeras, donde su inversión extranjera tenga una participación más del 25%. Además nunca se tomó en cuenta el requisito de ser ecuatoriano para la obtención de concesiones; formando un mal manejo y favoritismo al sector más pudiente.

Para finalizar con los resultados de la investigación en cuanto a la auditoría de las concesiones, existen los procedimientos que conculcan derechos, donde su principal contenido es la discriminación a los medios comunitarios; durante varios años la Ley vigente en el Ecuador discriminó a los medios representados por el sector comunitario porque en 1995 se aprobó la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión y en esta se cambió el término radios "comunitarias" a radios "comunales", prohibiéndoles transmitir publicidad de tipo comercial y una programación únicamente educativa, excluyendo la posibilidad de tener frecuencias a las instituciones civiles, movimiento sociales, etc.

Del mismo modo, se les limitaba la intensidad para las frecuencias comunales y su contenido tenía que ser de tipo cultural, educativo y de interés general como servicio a la comunidad, agricultura, ganadería, desarrollo social, familia, entre otros, pero sin realizar actividades políticas o religiosas.

La Ley descarta los espacios de entretenimiento e incluso informativos, pero se da un dilema porque las funciones estándares de las radios son entretener, educar e informar; viéndose claramente la desconfianza de los gobernantes en la programación para que estos espacios no sean utilizados como motivador de mensajes subversivos.

En consecuencia se presentaron muy pocas solicitudes para emisoras comunales, y los movimientos sociales u otras instituciones comunitarias prefirieron solicitar frecuencias de tipo comercial o a la final no presentaban solicitudes porque sabían el desinterés total que existía para con los medios comunitarios.

En definitiva, luego de las demandas de inconstitucionalidad que fueron presentadas por la CORAPE, CONAIE y ECUARUNARI se aprobó la rectificación del texto legislativo sobre

las estaciones comunitarias, permitiéndoles tener publicidad, igualdad de alcance, sin control de contenidos, etc. como las estaciones comerciales privadas.

En la actual Constitución, las discriminaciones que se han dado anteriormente, han sido superadas porque existe igualdad de condiciones para la obtención de frecuencias de radio y televisión para medios públicos, privados y comunitarios, estableciendo la pluralidad y diversidad en la comunicación. Pero como todos sabemos, sigue siendo un tanto complicado el acceso a frecuencias para uso comunitario, porque a pesar de que esta ley favorece a estos grupos, siguen operando ilícitamente funcionarios corruptos que facilitan las concesiones a grupos de poder o donde sus intereses se vean mejor beneficiados.

Como ya hemos expuesto los diferentes resultados obtenidos por la Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión, podemos concluir que en todas las administraciones del CONARTEL, incluyendo la última que fue delegada por el presidente Rafael Correa y la SUPERTEL, en donde se presenciaron gran cantidad de procedimientos que no siguieron las normas establecidas, junto con un extremado abuso de poder, transgrediendo las normas de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Durante los 13 años que operó el CONARTEL, de los 213 miembros del directorio, el 27% eran concesionarios de una frecuencia y el 31.5% eran representantes de algún concesionario, dando como resultado que el 59.2% de sus miembros, no podían ser parte de este organismo pero igualmente ejercían sus funciones de forma arbitraria.

Este informe nos muestra las irregularidades que se dieron en las concesiones de radiofrecuencias y televisión entre el periodo de 1995 al 2008; donde existía un mecanismo irregular e inconstitucional con el que se manejaban, para el otorgamiento de alrededor de 300 a 500 concesiones.

Siempre se ha utilizado el mecanismo de soborno o tener amistades en cargos del Estado para tener algún beneficio, entonces para obtener una concesión se daban actos de corrupción que facilitaban al enriquecimiento ilícito de algunos funcionarios; considerándose un delito de peculado porque ninguna persona tiene derecho a negociar los bienes públicos y a sacar provecho de ellos, viéndose perjudicado el Estado de manera cuantiosa.

3.2.3. Concentración Económica y Monopolización.

En este subcapítulo analizaremos la situación respecto a las formas de monopolización y concentración económica en los medios de comunicación, ya que es de vital importancia que los ecuatorianos podamos acceder y tener participación en la información y en los medios, y esto de cierta manera se limita cuando la propiedad de los medios se encuentra en muy pocas manos. Siendo “la concentración una de las mayores amenazas para el pluralismo y la diversidad de información”¹¹⁹.

La libertad de expresión ha sido un tema de debate muy cuestionado en el Ecuador; en este marco se ha podido identificar dos puntos de vista distintos, para los medios, la concentración y monopolización no afecta a la libertad de expresión, porque existe diversidad de opiniones en su personal de trabajo y no se relaciona con la línea ideológica de sus propietarios.

Mientras que el otro punto sostiene que esta independencia de los comunicadores no existe porque siempre deben responder al lineamiento del medio en el cual trabajan. Es aquí donde el Estado interviene aduciendo que no puede existir libertad de expresión sin responsabilidad.

Es evidente que una total concentración de los medios restringe la libertad de expresión y forma un obstáculo para la difusión del pensamiento propio y opiniones diversas. Una de las prácticas más comunes de concentración es la fusión entre los grupos financieros y los medios de comunicación, denominada según teóricos de la comunicación como “*alianza perversa*”. Además, se da la “preeminencia de la rentabilidad del negocio sobre la información contextualizada, verificada y ética, lo que da origen a conductas como el denominado “infotainment” entendido como la suma de trivialización y sensacionalismo y al desarrollo de formas laborales precarias como la llamada coproducción”¹²⁰.

Tanto los grupos financieros como familiares y económicos, conciben a los medios de comunicación como negocio y como poder, porque tienden a la concentración de los medios de comunicación y a la venta de las frecuencias. Y para aumentar su poder convierten a los medios en máquinas políticas mediante la ideologización.

¹¹⁹ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág. 191.

¹²⁰ Ibíd. Pág. 196.

En cuanto a los grupos familiares incluidas las iglesias y grupos religiosos, concentran numerosas concesiones de frecuencias de radio y televisión.

Es por eso que nombraremos ciertos grupos expuestos en el informe como: **Aguilar Veintimilla; Almeida Morán**, que ha hecho negocio de las frecuencias de propiedad del Estado; **Andrade Díaz-Andrade Quiñones**, que concentran un gran número de frecuencias por medio de la participación política de sus miembros en el Estado; **Brborich**, que obtiene frecuencias para radio y televisión con programación pobre o en busca de comercializar las frecuencias; **Costta García y Alarcón Costta**, que concentran frecuencias para incursionar en política; **Czarninski**, que compra frecuencias bajo el modo de transferencia para ocultar la compra-venta; **Gamboa**, que vende frecuencias a terceros ; **Herdoíza**, que arrienda las frecuencias obtenidas y transfiere las concesiones de una persona natural a jurídica; **Montero Rodríguez**, que obtiene concesiones en la provincia de Loja por medio de influencias políticas; **Nussbaum-Freund-Ruf**, que obtienen concesiones como representantes de la AER nacional y encubren las concesiones por medio de empresas extranjeras y por último **Yánez**, que se encarga de la transferencia de frecuencias de una persona natural a una jurídica. De igual manera las iglesias poseen un número importante de frecuencias radiales.

Los grupos económicos, financieros y/o no financieros, constituyen grandes grupos multimedia que controlan e incrementan su poder en los medios. Los grupos más destacados según el informe son: **Grupo Eljuri, Grupo Isaías, Grupo Vivanco, Grupo Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla, Grupo Pérez, Grupo Martínez.**

En el anexo N°9, se encontrará un listado, en donde el Grupo Eljuri, tiene participación en muchas empresas financieras y no financieras, siendo uno de los grupos con mayor participación en el ámbito económico del Ecuador.

Esta gran cantidad de empresas, que tienen participación parcial o completa, les permite tener un margen de maniobra muy alto dentro del país. Hay que recalcar que la mayoría de éstos, son dueños de la prensa nacional y de revistas de mayor circulación en el país.

A continuación indicaremos un cuadro con los grupos antes mencionados y su número de concesiones de radio y televisión y adjuntaremos un listado en el anexo N°10, obtenido del

informe sobre la participación de los grupos económicos en las empresas financieras y no financieras.

GRUPO	CONCESIONARIO	FM	AM	TV	TV SUSC.	TOTAL GENERAL
ALVARADO	ALVARADO ROBLES XAVIER EDUARDO			1		1
	CORPORACION ECUATORIANA DE TELEVISION S.A.			10		10
	TELEVISORA NACIONAL COMPANIA ANONIMA TELENACIONAL C.A.			9		9
Total Grupo ALVARADO				20		20
EGAS	CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.			41		41
	TELEAMAZONAS-GUAYAQUIL S.A.			2		2
Total Grupo EGAS				43		43
ELJURI	JOFER S.A.			1		1
	TELEVISION ECUATORIANA TELERAMA S.A.			13		13
	TV. MAX S.A.				2	2
Total Grupo ELJURI				14	2	16
ISAIS	TELESAT S.A.				2	2
	TEVECABLE S.A.				5	5
Total Grupo ISAIS					7	7
MANTILLA	ECUADORADIO S.A.	5	1			6
Total Grupo MANTILLA		5	1			6
MARTINEZ	EXTRA RADIO S.A. EXTRADIO	3				3
	MARTINEZ LEISKER GALO EDUARDO	2				2
Total Grupo MARTINEZ		5				5
VIVANCO	VIVANCO RIOFRIO FRANCISCO	2				2
Total Grupo VIVANCO		2				2
TOTAL GENERAL		12	1	77	9	99

Fuente: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión” 1995-2008.

La Constitución vigente, prohíbe que en los medios de comunicación participen los representantes, directivos y accionistas de las entidades financieras y de ser así, deberán enajenarse en un término de dos años. En el anexo N°11 incluiremos una lista de las personas que tienen participación en los medios de comunicación.

Monopolización

En América Latina con la dinámica capitalista y la poca intervención del Estado en los medios se han formado monopolios controlados por los mismos grupos. En nuestro país, la formación de estos monopolios afecta sin duda a la pluralidad de la información, porque los medios al estar manejados por pocas manos, no permiten la diversidad de puntos de vista, limitando nuestra información.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, la concentración y monopolización de los medios se incrementa a gran magnitud, ya que pueden acaparar el mercado multimedia, dando paso a grandes conglomerados.

Por tal razón creemos que el Estado trata de garantizar la pluralidad de información e impedir la formación de monopolios, debido a que éstos poseen gran poder de influencia, crean una realidad al público y les da pautas para que formen su criterio de acuerdo a sus intereses. Siendo esta concentración considerada, según el Consejo de Europa, como “naturaleza negativa”.

Los medios, al tratar de acrecentar sus ganancias, no diversifican e innovan la información y solo buscan maximizar la audiencia; programas culturales e informativos tienden a perder audiencia frente a programas llamativos e inéditos. “Noticias y programas de televisión son generalmente una novedad y el ciudadano opta por una u otra emisora basado en una relación de confianza previamente construida y diariamente alimentada”¹²¹.

Según el informe, los elementos para determinar los monopolios y concentración de los medios son: “Número de frecuencias de radio y televisión, Mercado publicitario, Cobertura geográfica, Porcentaje de audiencias, Grupos de control de contenidos, Integración vertical e Integración cruzada”¹²².

Al hablar de concentración de propiedad, existe el caso ilegal de concentración de frecuencias, porque mediante testaferros, parientes y empresas se han conseguido concesiones de frecuencia, haciendo caso omiso a la Constitución. De igual manera se da la concentración

¹²¹ Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág. 217.

¹²² *Ibíd.* Pág. 220.

horizontal y cruzada de los medios; la horizontal es cuando “la misma emisora comercial, transmite para más de una decena de provincias, como el caso de Radio Disney y Majestad FM y la cruzada es cuando un mismo grupo controla empresas que operan en varios campos de la comunicación”¹²³.

Finalmente se ha evidenciado que en el Ecuador, conseguir concesiones de frecuencias para grupos de poder es tarea fácil porque el CONARTEL ha legalizado todos estos procesos, violentando la Constitución, al mismo tiempo que se ha impedido la libre competencia y no se garantiza la diversidad en los medios de comunicación.

3.2.4. Casos Ilustrativos

Hemos visto la necesidad de presentar algunos de los casos más llamativos, que fueron incluidos en el Informe, para demostrar todas las negligencias y las acciones que no se han adecuado a lo estipulado en la ley, cometidas en el periodo de funcionamiento del CONARTEL (1995-2008).

CASO N°1

En este caso se muestra la violación al principio de prelación cronológica, en cuanto a la atención de las solicitudes, encontrándose denuncias e impugnaciones contra este procedimiento que el CONARTEL lo ocultó discretamente.

¹²³ Ibíd. Pág. 224.

Canal de televisión indígena para Riobamba

“Desde el 2005, solicitamos una frecuencia para operar un canal de televisión en Riobamba, Chimborazo. Cumplimos con todos los requisitos, pero no hemos tenido una respuesta favorable. En el CONARTEL nos dijeron que todos los documentos están en regla, pero que la Comisión aún no se ha reunido para la aprobación. Sin embargo, hemos visto que el CONARTEL ha atendido a otras personas que solicitaron después. Nosotros queremos hacer una televisora comunitaria que responda a las necesidades de los indígenas.

Carolina Espín, Subsecretaria de Comunicación, nos ha dicho por escrito que ya mismo está listo. Tenemos el oficio con el que nos respondió, en el cual nos dice que se cumplen los requisitos. Este oficio es del 11 de noviembre del 2008.

A otros medios ya les han atendido, por ejemplo, a Radio Canela en Riobamba y Radio Sensación también en Riobamba. Estas se solicitaron después de nosotros. En el 2007 fueron tendidas unas 13 ó 14 emisoras en la provincia de Chimborazo, e incluso algunas no están al aire todavía.

Nos decían que los indígenas no tenemos capacidad de manejar un canal de televisión. Nos decían que un medio de comunicación vale un millón de dólares y que los indígenas no tenemos esos recursos. El Sr. Yunda dijo que no hay ningún problema, que en la próxima semana se pondrá en la agenda. Pero nunca se puso.

Declaración de Fernando Atupaña Guamán y María Ortiz, en audiencia pública ante la Comisión de Auditoría el 3 de febrero del 2009.”

Fuente: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág. 51.

CASO N°2

En este caso se evidencia el mecanismo de devolución-concesión, mediante el cual, el CONARTEL otorgaba las concesiones y permitía que tanto el comprador como el vendedor participaran en una cadena de corrupción con un recurso de propiedad exclusiva del Estado.

Radio Concierto S.A.

“El señor César Farah Romero, mediante la resolución 2351, el 28-11-2002, devuelve la concesión al Estado de las frecuencias de Radio Concierto FM, 90.5 Matriz Quito y las repetidoras 94.1 para las ciudades de Latacunga y Ambato y 105.5 para la ciudad de Esmeraldas y las frecuencias de enlace.

La resolución 2392 autoriza la concesión de las frecuencias 90.5 Matriz para la ciudad de Quito y las repetidoras 94.1 para las ciudades de Latacunga y Ambato y 105.5 para Esmeraldas y las frecuencias de enlace, a favor de la Compañía Radio Concierto S.A., representada por César Farah Romero, con lo cual se completa la aplicación del mecanismo inconstitucional de devolución - concesión.

Posteriormente, las acciones de la Compañía fueron vendidas al grupo empresarial El Rosado, cuyo representante legal es el señor Jonhy Czarninski Baier, quienes utilizan las frecuencias para las transmisiones de Radio Disneydes de el 19 de enero del 2005.

Además, mediante la resolución 2351, el Estado acepta la devolución de las frecuencias de Radio Concierto FM, 93.7 Matriz Guayaquil y la repetidora 93.7 para la ciudad de Santa Elena, y las frecuencias de enlace.

La resolución 2393 autoriza la concesión de las frecuencias 93.7 matriz para Guayaquil y repetidora para la ciudad de Santa Elena y las frecuencias de enlace, a favor de la Compañía Radio Concierto S.A. Concertquil.

Posteriormente, las acciones fueron vendidas al mismo grupo y con el mismo fin (Radio Disney).

Y por último, se da la resolución 2353, en donde el Estado acepta la devolución de las frecuencias de Radio Concierto FM, 100.9 Matriz Cuenca y repetidora 100.9 para la ciudad de Cañar, y las frecuencias de enlace.

La resolución 2394, autoriza la concesión de todas estas frecuencias, a favor de la Compañía Radio Concierto Concert Austro S.A., siendo vendidas al mismo grupo y para el mismo fin”.

Fuente: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág. 345-46.

El señor César Farah Romero, teniendo las frecuencias como persona natural, procedió a vender sus frecuencias a su misma empresa Radio Concierto S.A, a 6 mil dólares, según datos registrado en los comprobantes de compra-venta del CONARTEL.

Y según testimonios no comprobados, los equipos y el uso de la frecuencia fueron vendidos en 2 millones 300 mil dólares a el grupo El Rosado. Demostrando un completo negociado de las frecuencias radiales en nuestro país.

CASO N°3

Como podemos observar en este caso, las concesiones otorgadas por el CONARTEL, se han llevado a cabo, sin un previo informe de la SUPERTEL. Lo que representa un total abuso de poder, permitiendo concesiones de canales inexistentes u ocupados por otros y la extensión de plazos estipulado por la Ley.

Caso Universidad Católica de Guayaquil

“El doctor Michael Doumet, en su calidad de Rector de la Universidad Católica de Guayaquil mediante oficio R-307-05 de 4 de julio del 2005, ingresado en el CONARTEL con el número de trámite 1662, solicitó la concesión de una matriz de televisión de servicio público a operar en UHF en la ciudad de Guayaquil bajo la denominación de TELEDUC TV.

Esta petición es rápidamente tramitada a partir del 1 de diciembre del 2006, cuando la SUPERTEL, mediante oficio ITG-3337 de 1 de diciembre del 2006, informa que en el caso de existir disponibilidades de canales de televisión en la ciudad de Guayaquil sería factible atender lo solicitado, punto de vista que es interpretado por el CONARTEL como un informe positivo. Efectivamente, la SUPERTEL formula su informe utilizando el condicional, lo que obviamente no puede ser interpretado como un informe favorable.

De acuerdo al condicionamiento antes establecido por la SUPERTEL, la Asesoría Técnica del CONARTEL mediante oficio AT-06-623 de 14 de diciembre del 2006, afirma que existe disponibilidad para el canal 42 UHF, por lo que el CONARTEL procede a autorizar la concesión de la frecuencia para el canal 42 UHF, a través de la Resolución 3654-CONARTEL-06 del 15 de diciembre del 2006.

La Resolución 365 con la cual el CONARTEL autoriza la concesión del uso y goce de la frecuencia, a más de la ilegalidad antes observada, comete una nueva ilegalidad, repetida en un sinnúmero de resoluciones anteriores y posteriores, que consiste en conceder un plazo de 90 días, contados a partir de la notificación para la “terminación de los trámites respectivos”, en clara violación de lo dispuesto en la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Posteriormente, en la Resolución No. 3681-CONARTEL-07 del 5 de enero del 2007, el CONARTEL autoriza a favor de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil la concesión de veinticinco canales de televisión de la banda UHF para operar veinticinco estaciones repetidoras en varias ciudades del país, invocando el mismo informe de la SUPERTEL en que condicionaba la concesión a la existencia de disponibilidades y un nuevo informe de la Asesoría Técnica del CONARTEL.

Se confirma la inexistencia de un informe previo positivo de la SUPERTEL y la arbitraria actuación del CONARTEL, la constatación de que no existían disponibilidades en las bandas concesionadas en la Resolución N° 3681-CONARTEL-07 para las ciudades de Machala, Santo Domingo de los Colorados, Tulcán y Atacames. Ante esta situación, el 2 de marzo del 2007, el CONARTEL debe proceder a corregir los errores de asignación de bandas en las

ciudades antes mencionadas, para lo que expide la resolución 3750 CONARTEL-07. Esta resolución igualmente concede 90 días adicionales de plazo para que termine los trámites legales y suscriba el contrato.

El conflicto entre el pronunciamiento y la arbitrariedad del CONARTEL se pone en evidencia luego de que el CONARTEL, mediante Resolución 4006-CONARTEL-07 del 1 de agosto 2007, dispone a la SUPERTEL proceda a celebrar los respectivos contratos. Ante esta posición, el Superintendente de Telecomunicaciones no suscribe el contrato, seguramente por no convertirse en coautor de la ilegalidad, incluso luego del plazo de 90 días establecido, puesto que el contrato estrictamente debía haberse suscrito hasta el 17 de marzo del 2007, si se respetaba la Ley o hasta el 2 de junio del 2007, si se atendía el ilegal plazo de 90 días contados a partir de la Resolución 3750.

Adicionalmente, se explica por qué el Superintendente de Telecomunicaciones no suscribió el contrato, la disposición contenida en el numeral 1 de la Resolución 4006-CONARTEL-07 del 1 de agosto 2007, la misma ordenaba que uno de los contratos de concesión a celebrarse debía corresponder a una estación matriz de categoría de servicio público a denominarse “TELEDUC TV”, para servir a la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas. A pesar de lo cual, en el registro de contratos sólo constan los suscritos para las repetidoras, recreándose una situación sui géneris: contratos celebrados para repetidoras que carecen de matriz.

Situación totalmente anómala, puesto que las repetidoras, como su nombre lo dice, repiten, replican, transmiten los programas emitidos por la matriz. La resolución 4006 que adiciona un nuevo e ilegal plazo de 90 días, bajo la excusa de que eran necesarios para la culminación de los trámites y suscripción de los contratos correspondientes”.

Fuente: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág. 126-27.

CASO N°4

En este caso mostraremos el procedimiento de autoasignación de concesiones, realizado por el señor Jorge Yunda, presidente del CONARTEL y sus funcionarios, para la obtención de repetidora de Canela stéreo 106.5.

Podemos señalar, que este funcionario era concesionario exclusivo de varias frecuencias mientras estaba a cargo de la presidencia del CONARTEL

Caso Jorge Homero Yunda Machado

“El 1 de agosto del 2002, el Dr. Jorge Yunda solicitó al CONARTEL la autorización para operar una repetidora en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

Con fecha 30 de marzo del 2006, el concesionario Jorge Yunda presenta un alcance al estudio de ingeniería. El 25 agosto del 2006, la SUPERTEL envía informes favorables sobre este pedido al CONARTEL. Sin embargo, el 22 diciembre del 2006 el CONARTEL suspende la solicitud del Dr. Yunda, hasta que este remita un alcance al estudio.

El 17 enero del 2007, el Dr. Yunda informa al CONARTEL que, por razones personales, (6 días antes de asumir la Presidencia del CONARTEL), encarga a Edison Hernández el manejo de sus radios.

Mediante la resolución de No. 4000–CONARTEL-07, de fecha 18 de julio del 2007, es decir, durante la Presidencia del Dr. Jorge Yunda Machado, en los considerandos se indica:

Que, el señor Dr. Jorge Yunda Machado, concesionario de las frecuencias 92.7 MHz en Imbabura y 106.5 MHz, en Cotopaxi y Tungurahua, mediante comunicación ingresada en este Organismo con el N° 233 de 17 de enero de 2007, notifica que por razones personales ha encargado con poder especial y delegación suficiente al señor Edison Alberto Hernández Valdiviezo, la administración de dichas estaciones.

Con fecha 23 enero del 2007, el Presidente Rafael Correa designa al Dr. Jorge Yunda Machado como su delegado en el CONARTEL. La asesoría jurídica de CONARTEL ratifica mediante informe favorable este nombramiento el 29 enero del 2007.

En la parte resolutive del documento oficial No. 4000del CONARTEL señala:

“Art. 1. Autorizar a favor del señor Edison Alberto Hernández Valdiviezo, representante de radio “Canela estéreo 106.5 MHz, matriz de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, la concesión de la frecuencia 106.5 MHz y la concesión de una frecuencia auxiliar, para operar una estación repetidora de radio “Canela estéreo 106.5 FM” en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, de acuerdo con el siguiente detalle.”

Conviene mencionar que esta resolución fue suscrita por el Crnl. Marcelo Iglesias Cabezas como Presidente Ocasional del CONARTEL y por la Ab. Martha Martínez Murillo, Secretaria General. Insistimos, en la Presidencia del CONARTEL del Dr. Jorge Yunda Machado.

Pero este trámite tiene un desenlace sui generis tres meses después. Con fecha 30 de octubre del 2007 y únicamente con la firma de la Ab. Martha Martínez Murillo, escribe una razón en la que se cambia el nombre del titular de la concesión, es decir, se traspasa la titularidad del concesionario de Edison Alberto Hernández Valdiviezo al Dr. Jorge Yunda Machado. Básicamente, ratifica lo expresado en el punto séptimo de los considerandos.

“RAZON: En el Art. 1, primera línea, en lugar de: “...a favor del señor Edison Alberto Hernández Valdiviezo, Representante de radio “Canela estéreo 106.5 MHz, matriz de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi... debe decir: “...a favor del señor Dr. Jorge Yunda Machado, concesionario de la frecuencia 106.5 MHz matriz de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi”.- En el Art. 2, en lugar de: “El señor Edison Alberto Hernández Valdiviezo”, debe decir: “El señor Dr. Jorge Yunda Machado”.- LO CERTIFICO.-”

El trámite para esta concesión se encasilla en la modalidad de autoasignación. Este acto constituye, sin ninguna duda, una irregularidad tan grave y evidente a favor del entonces presidente del CONARTEL, que cinco meses después de haber sido emitida la resolución, el Dr. Yunda prefirió solicitar la suspensión de la misma.

El 19 de diciembre del 2007 CONARTEL emite la resolución N° 4.388-CONARTEL-07 mediante la cual el propio presidente del organismo Dr. Jorge Yunda Machado en los considerandos afirma que por “motivos éticos y de fuerza mayor” solicita suspender la resolución No. 4000–CONARTEL-07, anteriormente citada.

En la parte resolutive de este documento se menciona: “Art. 1.- Suspender la ejecución de la Resolución 4000- CONARTEL-07 de 18 de julio de 2007, mediante la cual se autoriza a favor del representante de “Radio Canela 106.5 FM” la operación de una estación repetidora en la provincia de Chimborazo, zona FH001, por petición expresa del concesionario.”³⁰ Este no fue el único trámite que trató el CONARTEL, durante la presidencia del Dr. Yunda, sobre asuntos referidos a sus dos concesiones, sino que además hubo resoluciones que beneficiaron a las emisoras que emiten la programación del grupo Canela con el cual está directamente relacionado”.

Fuente: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág. 159-61.

CASO N°5

A continuación, vemos el caso de Radio Inti Pacha, que demuestra la grave discriminación hacia los medios comunitarios, sobre todo a los sectores indígenas, como ya hemos explicado en subcapítulos anteriores, el CONARTEL prefería atender solicitudes de radios comerciales, porque las radios comunales no significaban ningún beneficio particular.

Radio Inti Pacha

“Queríamos una emisora para la parroquia de Cangahua, en Cayambe. Desde hacía muchos años la queríamos. Entonces, en el 1995, iniciamos la gestión para conseguirla. Averiguamos

los requisitos, llenamos los papeles, hicimos la solicitud al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, a la SUPTEL y a CONARTEL, que recién se había fundado.

Nos dijeron que faltaban informes. Buscamos los informes, pagamos los informes, presentamos la carpeta. Faltaban más papeles, nos dijeron. Buscamos todos los papeles que pedían. Y solicitamos como Corporación de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cangahua, COINCA, que ya pertenecía a la ECUARUNARI y a la CONAIE.

Nosotros no pedimos una frecuencia comunitaria porque si era comunitaria no podíamos pasar publicidad. ¿Cómo íbamos a vivir, pues? Dijimos: Que la programación sea comunitaria, la dirección también. Pero pidamos comercial porque, de lo contrario, morimos pronto. La Ley que se había aprobado ese mismo año 95 no era para desarrollar radios comunitarias, sino para matarlas. Por eso, pedimos frecuencia comercial.

¿Qué pasó después que presentamos la solicitud? No nos respondían nada. Mandamos una carta, preguntando. Que esperemos, nos dijeron. Otra carta y otro esperemos. Siempre que esperemos.

Entonces, pedimos audiencia a CONARTEL porque ya había pasado un año desde la solicitud y no se resolvía nada. Fuimos con prensa, con dirigentes. Nos recibieron y nos dijeron que el problema era que el espectro estaba saturado, ya no cabían más emisoras.

—No puede ser, porque en Cangahua con dificultad se oyen tres o cuatro emisoras.

—Pues todo está lleno, no cabe ninguna más. Tienen que esperar.

Claro, nosotros no sabíamos, no teníamos la información técnica, si era o no era así. Así que, nos tocó seguir esperando y desesperando.

El asunto es que teníamos los equipos y se nos iban a dañar si no los prendíamos. Muertos de las iras, nos decidimos a salir al aire sin permiso, como prueba, una hora por las mañanas. Necesitábamos comunicarnos con nuestra gente, pasar los avisos de la comunidad.

Vinieron los militares, amenazando, dizque a decomisar equipos. Pero en lo que estaban alegando, la gente de la comunidad se acercó y rodeó la radio. Y cuando querían entrar y forzar, ya no podían, porque éramos muchos.

—Lo que están haciendo está prohibido —decían ellos.

—Lo que está prohibido es que no autoricen la radio —decíamos nosotros.

Se fueron los militares, pero volvieron una y otra vez. Pero cada que venían, la gente salía y protegía la radio. Tres veces vinieron y no pudieron.

Decidimos hacer manifestaciones frente a CONARTEL. Varias veces fuimos. Poníamos 300 personas con carteles, con gritos. Íbamos indígenas, pero también con el respaldo de juntas parroquiales, de tenientes políticos, alcaldes, organizaciones sociales... Los de CONARTEL nos recibían pero nos salían con el mismo cuento de que “están estudiando el caso, que esperemos”.

Pero llevábamos esperando cinco años. En el 2000, nos dijeron que ya nos iban a resolver. Bueno, estábamos felices, ya nos van a dar. Se reunió la directiva de CONARTEL en Quito y trataron nuestro caso. Pero cuando nos avisaron... ¡nos habían negado la solicitud!

—¿Y por qué? —preguntamos.

—Porque no —respondieron.

Teníamos rabia acumulada de cinco años. Entonces, decidimos viajar a Guayaquil, donde era la próxima sesión de CONARTEL, para exigir. Fuimos como 200 entre indígenas, dirigentes, gente que apoyaba.

Como no tenían ningún sustento para negar, a la cansada nos autorizaron una frecuencia de baja potencia, de 250 vatios, la 88.9. La llamamos Inti Pacha, que quiere decir, Lugar del Sol.

¿Por qué tuvimos que esperar cinco años? Por celos políticos, porque el movimiento indígena estaba en alza. Por racismo. Porque los sectores privilegiados de Cayambe no querían una emisora indígena. Por muchas razones.

Lo mismo pasó con Radio Ilumán, en Ilumán, Imbabura, con Radio Zutaurko de Alausí,

Chimborazo, tres radios hermanas que forman parte de la Corporación de Emisoras de las Nacionalidades Indígenas. Ahora, con la nueva Constitución, no queremos solicitar tres, sino treinta y tres. Muchas, muchas radios y televisoras para el movimiento indígena. Porque queremos tener voz pública, imagen pública. Ahora es cuando.”

Fuente: Informe de “Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión”. Pág. 178-79.

Conclusiones

- ❖ Nuestro trabajo nos ha permitido concluir que los medios de comunicación son actores fundamentales de la sociedad, que se desenvuelven dentro de los diversos campos como el económico, político y social. Hemos visto la necesidad de analizar las principales teorías que han constituido un cuerpo de conocimientos sobre los medios de comunicación y cierta relación con el Estado.

Entre estas teorías podemos encontrar que se relaciona a los medios y las TICS con la guerra; a la propaganda como un instrumento de control de las élites de poder; a los medios relacionados con el poder para tener un efecto sobre la sociedad, vigilarla y tener control sobre ella; los nuevos medios son indispensables para la gestión gubernativa, moldeando las opiniones en democracias o dictaduras; los medios con su información proponen e imponen a la sociedad una misma interpretación de la realidad y de la historia; además los medios se integran a las fuentes de poder y autoridad, porque el contenido de la información se encuentra al servicio de quienes poseen el poder político y económico; los medios son fundados por elites sociales y son aliados de la sociedades capitalistas y dueños de grandes poderes; entre otras más que se encuentran detalladas en el primer capítulo.

Además el lineamiento crítico tomado de M.Castells, sobre la relación Poder-Medios, concluye que el poder que ciertos grupos mediáticos han logrado abarcar, se construye en torno a sus intereses y estos se desenvuelven en diferentes redes formando una fuente fundamental de poder.

Creemos que las teorías o lineamientos planteados en nuestra tesis, influyen en las sociedades modernas porque son modelos en los cuales nos basamos para poder entender la realidad, así mismo nos permiten comprender y explicar el funcionamiento que cumplen los medios de comunicación en la sociedad, su influencia en el comportamiento del ciudadano, su desenvolvimiento a lo largo de la historia y sus relaciones en los diversos aspectos sociales como lo económico, cultural y político.

- ❖ Después de haber revisado todas estas teorías concluimos que no existe una teoría general, ni tampoco propuestas precisas y concretas que trate nuestro tema sobre el Estado y la regulación de los medios, volviendo más complejas las tendencias actuales donde cada día se aumentan las tensiones entre el poder mediático y el poder estatal; y las formas de resolver dicha situación.

Mediante las teorías y lineamientos críticos ya mencionados, podemos establecer que se requiere con urgencia una teoría que aborde el tema del Estado y la regulación de los medios para que en futuro, las nuevas tendencias puedan ser comprendidas de mejor manera, basándose en los hechos anteriores.

- ❖ Cuando se habla de globalización, se piensa en primer lugar en economía y comercio, pero en sí la globalización representa un importante proceso, que ha permitido grandes avances en lo científico, tecnológico y comercial; aumentando las relaciones comerciales, culturales, económicas, etc., y dando paso a la interdependencia entre los países.

Conocemos que la globalización abarca todas las esferas de la vida social, sobre todo en los medios de comunicación. Su influencia en los medios ha sido de gran impacto gracias a los adelantos tecnológicos. Las comunicaciones y los medios se han desarrollado a gran escala, permitiendo una rápida comunicación sin importar distancias ni tiempo.

Concluimos que lo novedoso de la globalización en los medios de comunicación radica en la tecnología empleada, en la forma de cómo millones de imágenes, acciones, lenguajes, etc., se reproducen en un instante y llegan simultáneamente a millones de personas en todo el mundo, encontrándonos en un mundo dominado por el fenómeno de las comunicaciones.

Uno de los ejemplos más significativos es el internet, donde se integra todos los sectores de la sociedad (representa un mundo aparte, pero al mismo tiempo es parte de nuestro mundo).

- ❖ Uno de los problemas que trae consigo la globalización son los procesos de centralización, monopolización y oligopolios de los medios, debido a que estos tienen un rol estratégico en las sociedades, convirtiéndolos en un mercado atractivo de inversiones. De igual manera, creemos que el proceso de la concentración de los medios se traduce como el control de una gran variedad de medios en todo el mundo.

Una muestra de esta concentración es que el mercado mediático global está dominado por alrededor de 50 empresas, de las cuales la mitad son de Estados Unidos, seguidas de Europa y Japón. Estas controlan la amplia gama de tipos de comunicación como la radio, TV, prensa, revistas, editoriales, filmes, etc.

Es evidente que toda esta concentración mediática afecta de múltiples maneras a las estructuras de poder, a la identidad y al desarrollo de las sociedades.

Esto responde fijamente a una dinámica del capitalismo, porque el marxismo nos plantea que en todos los sectores de la sociedad existe concentración y centralización, y al darse en todas las áreas, los medios de comunicación no son la excepción. Como resultado de esta lógica, encontramos una enorme concentración de capital en el sector mediático, dificultando la entrada de nuevas empresas.

- ❖ Las tensiones entre el poder Mediático y el poder Estatal representan una situación problemática a nivel mundial, sobre todo en América Latina porque como ya hemos mencionado en nuestro trabajo, el gran debate es que para los medios existe represión y falta de libertad de expresión mientras que para el Estado esto es una gran falacia porque no se dan estas limitaciones, sino que los medios transmiten una información ligada a los grupos de poder, influyendo de manera efectiva en la sociedad.

Todas las observaciones que se han planteado, como los procesos de concentración y centralización, la lógica del capitalismo, la globalización y las tendencias actuales, han generado estas tensiones que tienen como resultado complejos de poder, porque en sí el único punto clave por el cual se está peleando es por el PODER.

- ❖ Las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que surgen de la unión de las telecomunicaciones, la informática y los medios audiovisuales. Sus dos características centrales son la digitalización y los materiales electrónicos, seguidas por la innovación, la instantaneidad, la interactividad, la interconexión y la automatización. Las TICS tienen el carácter de ser cambiantes siguiendo el ritmo de los continuos y permanentes avances científicos que se encuentran en el marco de la globalización que ya mencionamos anteriormente.

Hoy en día los países se incorporan al uso de los nuevos medios y las TICS con una velocidad incontrolable. Por tal motivo estamos en una nueva sociedad, llamada por algunos como la sociedad de la información o sociedad red, volviendo la información un elemento de gran valor. Quedando demostrado que la base material de la consolidación de una nueva economía son las TICS ya que tienen importantes efectos sobre el desarrollo global.

En todo el mundo se han aumentado las facilidades y oportunidades de acceso a la información, dando paso a nuevos escenarios en donde desaparecen parcialmente las limitaciones culturales, económicas e ideológicas.

- ❖ El desarrollo de las TICS y todos sus aportes son incuestionables y están presentes en todos los ámbitos de nuestra vida, permitiendo el surgimiento de nuevos conocimientos, lo que estimula a que se den continuas transformaciones en las diferentes estructuras como económicas, sociales, culturales, etc. Consideramos al internet como la mayor expresión de las TICS y del desarrollo de la comunicación.

Las TICS han tenido tanta incidencia en la economía sobre todo en las empresas, porque les permite obtener y procesar mucha más información que los medios manuales, mejorando su producción y ganando máximos beneficios.

Actualmente las TICS están presentes en la educación y están cambiando los sistemas, enseñanzas y programas educativos para afrontar las nuevas exigencias de la vida profesional.

Gracias a las TICS, los medios de comunicación se desarrollan a un nivel más global, junto con la proliferación de redes de comunicación electrónica que forman una nueva configuración de la sociedad. Las TICS han abierto una enorme cantidad de canales de comunicación, transformando la forma en que nos comunicamos y dándonos mejores ventajas en cuanto a comunicación.

Así mismo, favorecen enormemente la transmisión de información, pero esto no implica que su contenido sea de calidad.

En consecuencia, los medios de comunicación no pasan por alto este nuevo fenómeno, porque gracias a las TICS, se optimiza su funcionamiento y su alcance, y la recepción de información se vuelve más precisa y rápida para mayor facilidad de las sociedades.

Las TICS han permitido la multiplicación de frecuencias y canales, y el perfeccionamiento de los procesos de producción, edición y transmisión de información, utilizando satélites que les permitan llegar mucho más lejos.

El creciente interés de todo el mundo por las TICS, refleja la importancia e influencia de esta nueva forma de comunicación, dando lugar a una nueva realidad mediática.

A pesar del desarrollo de las TICS, la mayoría de las personas a nivel mundial siguen viviendo en condiciones críticas, porque la desigual distribución de las TICS y la falta de acceso a la información que tiene una gran parte de la población, son la muestra de nuevas asimetrías en las brechas sociales.

Así mismo, la participación de las TICS en las empresas o industrias, ha dado lugar a una agresiva competitividad donde más se valora el nivel tecnológico que estas posean, lo que conlleva a la sustitución del hombre por las últimas tecnologías y provoca uno de los problemas más comunes en los países, el desempleo.

Las TICS han obligado a los medios de comunicación, a que incorporen en sus funciones nuevas tecnologías, permitiéndoles mantenerse en el campo de las comunicaciones.

- ❖ Hoy en día gracias al Internet y a las TICS, las radios han ido ganando espacios de difusión en todas las regiones de un país y a nivel mundial, porque utilizan mejores métodos de transmisión. Es posible escuchar emisoras a nivel mundial con solo utilizar el internet, volviéndose la radio online un método muy utilizado.

Creemos que la radio por Internet es toda una revolución en los sistemas, porque normalmente se escuchaban los programas de radio mediante el aparato electrónico; pero hoy en día se puede escuchar estaciones de radio desde cualquier lugar y hora.

Además es un servicio muy popular para emigrantes de distintas partes del mundo, porque responde a distintos intereses como: transmisiones en vivo, información de las últimas noticias que acontecen, novedades sobre música y deportes, y sobre todo ayuda a mantener la conexión con su país.

- ❖ En el Ecuador se estima que existen aproximadamente 20 grupos familiares o económicos que poseen un gran poder, con notorias influencias económicas y políticas en el país. Estos grupos han concebido a los medios como negocio y como poder, y esto es la causa de su presencia en este escenario como el Grupo Alvarado que posee 20 canales de transmisión o como el Grupo ElJuri que posee 16.

Como hemos visto existen varios procesos irregulares que han beneficiado a los intereses particulares de las empresas mediáticas, grupos financieros o económicos y políticos, clara muestra de un enorme abuso de poder.

Desde años atrás, estas ilegalidades se han venido dando con frecuencia, pero como todos sabemos no se ha investigado porque siempre han existido intereses de por medio. Y de esto, nos damos cuenta con la afirmación de Guillermo Navarro, ex presidente de la Comisión Auditora de las Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión, que asegura que más del 50% de 1637 concesiones que serían ilegales y

que lamentablemente, en la actualidad no existe institución alguna que pueda revertir estas frecuencias.

En nuestro país se constata la presencia de una elevada concentración de la propiedad de medios, producto de un amplio desarrollo de la propiedad cruzada que determina la formación de grandes conglomerados mediáticos.

El proceso de concentración de frecuencia de radio y televisión en nuestro país, es una clara violación de los preceptos constitucionales vigentes, es producto de la venta del patrimonio social y es un verdadero proceso de apropiación indebida, aparentemente justificada y escudada tras mecanismos forrados de legitimidad, desarrollados por el CONARTEL.

No obstante en nuestro país como en el mundo, la falta de intervención estatal o la intervención a favor de los medios, ha beneficiado en parte a la conformación de estos monopolios en los medios de comunicación, pero sin olvidarnos que siempre se manejan mediante la lógica del capitalismo.

- ❖ Se considera que el espectro radioeléctrico, su control y aprovechamiento es uno de los sectores estratégicos, que por su transcendencia y magnitud influyen en los aspectos económicos, sociales, políticos y ambientales. El Estado en noviembre del 2008, decidió conformar una comisión para que efectúe una auditoria y un informe que resuma la situación de concesiones de radiofrecuencia y televisión, debido a las constantes denuncias y las diversas irregularidades que se han dado en las concesiones. La comisión se encargó de analizar las frecuencias concedidas en el período del CONARTEL, esto es desde 1995 a 2008.

Este informe buscaba determinar el grado de concentración y monopolización de las frecuencias y la vinculación de las entidades y grupos financieros con los medios, además trataba de evidenciar como se ha manejado la entrega de frecuencias con tantas irregularidades y falta de ética.

Lamentablemente el informe muestra que las concesiones de frecuencias en nuestro país, ha sido un gran acto de corrupción y botín político, catalogados como acciones irrefutables de los medios de comunicación, del Estado, del CONARTEL y la SUPERTEL.

Según lo establecido por el informe, entre los procesos irregulares que más perjudicaron al Estado y tuvieron más relevancia están: el mecanismo devolución concesión, la renovación ilegal de concesiones de frecuencias, auto asignación de concesiones y el acaparamiento de concesiones de un mismo tipo de servicio por provincia, es así, que varios personajes se beneficiaron de estos procesos irrespetando las disposiciones legales y reglamentarias e interpretando la ley a su conveniencia. El informe definió claramente que las normas constitucionales fueron violadas sistemáticamente.

- ❖ A pesar de que la constitución de 1998 prohibía la transferencia de las concesiones y cualquier forma de acaparamiento por parte del Estado o de particulares de los medios de comunicación, se la terminó violando en gran medida y se siguieron dando estos mecanismos perjudiciales para la sociedad ecuatoriana.

Según la ley se prohíbe acaparar frecuencias por parte de una sola persona, ya que se estaría monopolizando la comunicación mediante procesos discrecionales que irrespetan los principios de transparencia, no discriminación e igualdad que se plantean en la Constitución.

Básicamente la constitución del 2008 se basa en derechos para los ecuatorianos, por eso se crean normas para tratar de moderar las irregularidades que existen en los medios.

- ❖ Gracias al análisis del informe mencionado, hemos concluido que la concentración de propiedad, es una actividad usual en nuestro país porque mediante testaferros como parientes y empresas, se han conseguido muchas concesiones. De igual manera en el Ecuador, conseguir concesiones de frecuencias para grupos de poder es tarea fácil, porque el CONARTEL legalizó todos estos procesos violentando la Constitución.

Es claro que los políticos se otorgan concesiones de radio y televisión, y forman empresas mediáticas, volviéndose en políticos comerciantes de la comunicación. Y así mismo, los medios han dejado su rol de lado para convertirse en actores políticos.

En la administración del CONARTEL se han cometido errores a conciencia, donde las frecuencias han sido ilegítimamente entregadas, privilegiando y concediendo un derecho preferente a determinadas personas. Esto podemos ver en las todas las presidencias del CONARTEL, que bien o mal, estuvieron vinculados o tuvieron algún relación con los grupos de poder o funcionarios políticos, indicándonos que el nepotismo estuvo presente hasta en la última presidencia delegada por el actual presidente.

El informe también detalla que la influencia económica siempre fue un factor importante al momento de obtener las concesiones, porque teniendo capital es mucho más fácil acceder a las concesiones y más aún cuando éstas eran administradas por una entidad corrupta que solo veía los beneficios económicos.

- ❖ Uno de los graves problemas que nos deja ver el informe es que el papel de las radios comunitarias se ha visto opacado por la grave discriminación y por las limitaciones en su programación, ya que se les entrega frecuencias de baja potencia y no tienen igualdad de condiciones, por el mismo hecho de que siempre se prefiere radios comerciales porque representan mejores beneficios.

Es por eso que se presentaron muy pocas solicitudes para radios comunitarias porque sabían lo difícil que era conseguir una frecuencia, el desinterés total y la discriminación que existía para estos.

Es por esto que la actual Constitución permite la igualdad de condiciones para la obtención de frecuencias de radio y televisión para medios públicos, privados y comunitarios. A pesar de esto, se siguen manejando los mismos mecanismos de corrupción con los que se perjudica al Estado y se facilita las concesiones especialmente a grupos de poder.

- ❖ A pesar del informe y de todas las irregularidades cometidas, no se ha avanzado nada en el tema, demorando los posibles mejoramientos. Quizás con la nueva consulta o con la nueva ley de comunicación se quiera poner un alto a estas corrupciones pero hasta la fecha no existe grandes cambios.

Creemos que todos quienes tuvieron participación en estos delitos, deberían afrontar los procesos legales correspondientes y las concesiones otorgadas ilegal e inconstitucionalmente deben ser revertidas al Estado. También creemos que en la relación Estado-Medios debe darse una regulación adecuada por parte del Estado y un compromiso de un autorregulación por parte de los medios.

Si en el Ecuador se garantiza una equidad al acceder a los medios, se crean condiciones adecuadas para los nuevos medios, especialmente los comunitarios y se trazan normas regulatorias adecuadas, nuestra democracia se verá mejorada.

Además para garantizar el derecho a la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho a la comunicación, se debería reservar parte del espectro radiofónico para la comunicación comunitaria y para sistemas públicos de comunicación como educación, salud, económica, historia, etc., proporcionándoles recursos financieros y permitiendo la participación de la sociedad en su labor.

Creemos conveniente que se debe construir un proyecto en el que se analice y desarrolle una mejor política de medios fundamentada en las actuales tendencias, donde se garantice un mejor acceso a la información y el ciudadano pueda interactuar más con los medios.

Además crear vías de cooperación con mejores alternativas de comunicación entre las sociedades para generar una información más democrática.

Es necesario que exista una continuidad en las políticas adoptadas para la buena administración y funcionamiento de las frecuencias de radio; continuidad que no debe afectarse por futuros cambios de gobiernos.

Bibliografía

- Informe de “*Comisión para la auditoría de las concesiones de las frecuencias de radio y televisión*”.
- *Albert, Pierre. Historia de la radio y la televisión. México, D.F: Fondo de Cultura Económica, 1993.*
- *Estrella, Mauricio. Programación Televisiva y Radiofónica. Análisis de lo que se difunde en América Latina y El Caribe. Quito: CIESPAL 1993.*
- *Vilches, Lorenzo. La televisión. Los efectos del bien y del mal. Paidós. Barcelona, 1993.*
- *Manuel Castells:*
 - *La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2002.*
 - *La Era de la Información. Vol. II: El poder de la identidad. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2001.*
 - *La Era de la Información. Vol. III: Fin de Milenio. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2001.*
 - *El estado del bienestar y la sociedad de la información. El modelo finlandés. Madrid: Alianza Editorial. 2002. (en colaboración con P. Himanen).*
 - *La Sociedad Red. Alianza Editorial, 2006.*
 - *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información. Madrid: Taurus. 1997. (en colaboración con J. Borja).*
 - *Comunicación y Poder. Alianza Editorial, S.A., Madrid 2009.*
- *Boni, Federico. Teoría de los medios de comunicación. Aldea global, Valencia 2008.*

- Mattelart, Armand y Michele. *Historia de las Teorías de la comunicación*. Ediciones Paidós, Barcelona 1997.
- López, Forero Luis. *Comunicación y Medios de Información*. El Búho, Bogotá, D.C.2004.
- Moragas Spà, Miquel de. *Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa*. Gustavo Gili, México 1993.
- Mann, Michael. *Las Fuentes del poder social*. Alianza Editorial, S.A., Madrid 1991.
- Solove. Daniel J. *The digital Person, Technology and Privacy in the Information Age*. University Press, New York.
- Weijers Servas, Jorge René y Van Lent Danny. *Seminario sobre Ecología y Medio Ambiente*. Harvard University, 20 de octubre de 1998.
- Salgado, Wilma. *Integración Comercial y Globalización*. Ediciones Centro Andino de Acción Popular, Quito, 1996.
- Alvin, Toffler. *La Tercera Ola*. Plaza & Editores, España. 1994.
- Mora, Alba Luz. *La Televisión en el Ecuador*. Editorial Amauta, Guayaquil, 1982.
- López, Forero Luis. *Introducción a los Medios de Comunicación*. 6ta impresión 1994.
- Borreguero, Gómez Raquel. *Comunicación y poder: relaciones en un mundo globalizado*. Madrid: Universitas. 2007.

- Mcchesney, Robert. *The new global media*. Text: The global transformations reader: an introduction to the globalization debate. Cambridge: Polity Press. 2003.
- Poulantzas, Nicos. *El Estado, Poder y Socialismo*. Madrid, siglo XXI. 1978.
- Lavié Vivanco, Ana María. *Tesis: Desafíos para la televisión estatal en los países en desarrollo: el caso Ecuadortv*. 2008.
- Durán Barba, Jaime. *El rol de los medios de comunicación en el proceso de transición y consolidación democrática en América Latina*. Quito, ILPA, 1993.
- Iyengar, Shanto. *Televisión y opinión pública, el poder de los medios de comunicación*. Mexico, Gernika. 1994.
- Meneses Massuh, Zuly. *Análisis de los medios de comunicación en el Ecuador*. Quito: CIESPAL-CAF, 1992.
- Fernandez Christlieb, Fátima. *La responsabilidad de los Medios de Comunicación*. México, Paidós 2002.
- Manovich, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós 2001.
- Biagi, Shirley. *Impacto de los Medios: Introducción a los medios masivos de comunicación*. Editorial: CENGAGE LEARNING EDITORES. Edición: 7ª. México. Año: 2005
- Thesing, Josef. *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Buenos Aires: Konrad-Adenauer-Stiftung.

- Schramm, Wilbur. *The process and effects of mass communication: Revised edition*. Urbana: University of Illinois Published. 1971.
- Roiz, Miguel. *Sociología de la comunicación y cultura de masas*. Madrid. Ediciones Laberinto 2005.
- Memorias del Seminario Internacional: *Mecanismos de regulación de los medios de comunicación*, Friedrich Ebert Stiftung.
- Martínez, Martín Caro. *La radio del siglo XXI*, Madrid-España. 2000.
- Alarcón Gaviria, Ricardo. *La era digital, nuevas tecnologías en radiodifusión*. Quito, Ecuador.
- Herrera, Meliant. *Los medios de comunicación social en la sociedad capitalista actual*. Revista Razón y Palabra 38. 2004.
- Contreras, Adalid. Encuentros y desencuentros entre comunicación, sociedad y desarrollo. Ponencia presentada al I Encuentro Nacional y Seminario Latinoamericano *La comunicación latinoamericana y la cuestión del desarrollo: balance y proyecciones en medio de dos milenios*. Bolivia 1999.
- Bourdieu, Pierre. *Language and Symbolic Power*. Cambridge, Polity Press, 1991
- Avilés, René. *Estado, sociedad y medios de comunicación*. Razón y palabra. N°. 17, 2000.
- Ruiz Orejuela, Wilson. *Responsabilidad del estado frente a los medios de comunicación*. Cali 2007.
- Area Moreira, Manuel. *Alfabetizaciones y Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Editorial Síntesis. España 2008.

- León Osvaldo, Burch Sally, Tamayo Eduardo. *Comunicación en Movimiento*. Agencia Latinoamericana de Información. Quito-2005.
- Susz Kohl, Pedro. *La diversidad asediada: escritos sobre culturas y mundialización*. Plural Editores. 2005.
- Aparici, Roberto. Díez Ángeles y Tucho Fernando. *Manipulación y Medios en la Sociedad de la Información*. Ediciones de la Torre. Madrid 2007.
- Marí Saez, Victor Manuel. *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. Madrid. Ediciones de la Torre. 2002.
- Solano, Mario Andrés. *Mitos y Realidades entorno a la Sociedad de la Información*. Editorial de Ciencias Humanas, La Habana 2004.
- Ortiz Crespo, Gonzalo. *En el alba del milenio: globalización y medios de comunicación en América Latina*. Quito. Corporación Editorial Nacional. 1999.
- Navarro, Guillermo. *Poder económico, Poder político y Poder fáctico*. Quito: Zitra. 2006.
- Schenkel, Peter. *Ensayos sobre política tecnológica en América Latina*. Quito: ILDIS. 1974.
- Beltrán, Luis Ramiro. *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*. México: Nueva Imagen. 1980.
- Fierro Carrión, Luis. *Los Grupos Financieros en el Ecuador*. Quito, CEDEP. 1991.
- Moncada Sánchez, José. *Capitalismo, burguesía y crisis en el Ecuador*. Quito. Universidad Central. 1983.

- San Félix, Álvaro. *Radiodifusión en la mitad del mundo: apuntes históricos*. Quito. Nacional. 1991.

Referencias de Internet

- Escudero Moratalla, Jose Francisco. *Medios de comunicación, poder y derecho* http://noticias.juridicas.com/articulos/00-Generalidades/199911-not20_7.html
Noviembre 1999.
- Toni Cuadrado. *La realidad en los medios de comunicación*. http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-representacion/realidad_medios.pdf [PDF]
- Perugachi, María Luisa. *Optimización de procesos: la concesión de radiofrecuencias en el Ecuador*. http://www.uasb.edu.ec/index_publicacion.php?cd=56
- Castells, Manuel. *Nuevas tecnologías, economía y sociedad en la década de los ochenta*. <http://www.jstor.org/stable/20642918>
- Castells, Manuel. *La formación de un nuevo sistema económico mundial*. Nuevas tecnologías, economía y sociedad en la década de los ochenta <http://www.jstor.org/stable/20642918>
- Sánchez, Ana V. http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_278.pdf
- Cuellar Mario. *Apuntes de conferencia "Tendencias Globales en la Comunicación"*. <http://www.aporrea.org/actualidad/a10479.html>

- Ayala Marín, Alexandra. *Mercado de frecuencias*
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/mercado-de-frecuencias-354156.html>
- Informe completo de la Auditoría de Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión.
http://www.auditoriafrecuencias.org.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=184&Itemid=1
- Democratización de las frecuencias, un objetivo que avanza, 15 de mayo de 2009.
<http://www.periodicopcion.net/article160076.html>
- Corape señala anomalías en la entrega de frecuencias.
http://www.radiocolosal.com/sitio/index.php?Itemid=63&id=20596&option=com_content&task=view
- Ecuador Inmediato. *Control de frecuencias de radio y televisión: No es una arbitrariedad, peor una persecución.*
http://www.contraloria.gov.ec/prensa_al_dia.asp?id_SubSeccion=17&idNoticia=1561&idTab1
- Plan de desarrollo de las Telecomunicaciones en el Ecuador.
www.infodesarrollo.ec/.../112-plan-desarrollo-de-las-telecomunicaciones-en-ecuador-2008-2012-.html [PDF]
- Teorías críticas de los Medios de Comunicación.
<http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>.
- *Tendencias de concentración de los medios de comunicación en la sociedad, a la experiencia y situación actual de los medios públicos en el mundo.*
<http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/579/1143/articulo.php?id=26660>

- Ilegal integración del directorio del CONARTEL.
<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/90-ilegal-integracion-del-directorio-del-conartel.html>
- *Teorías críticas de los medios de comunicación:*
<http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>
- Acción Comunicativa. http://es.wikipedia.org/wiki/Acci%C3%B3n_comunicativa
- Joshua Meyrowitz. http://en.wikipedia.org/wiki/Joshua_Meyrowitz
- Libertad de Expresión. <http://libertaddeopinion.wordpress.com/significado-2/>
- Los medios de comunicación y la globalización:
<http://oasisdeisa.wordpress.com/2009/03/17/los-medios-de-comunicacion-y-la-globalizacion/>
- ¿Que son los medios de comunicación? Estructura física y estructura según su carácter:
<http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm>
- Medios de Comunicación:
http://usuarionoidentificado.blogspot.com/2009_07_05_archive.html
- Los medios de comunicación y el Estado: <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias>
- Grupo el Tiempo: <http://ruedadeprensa.ning.com/profiles>

ANEXOS

ANEXO N° 1.

Métodos de comunicación inventados por el hombre.

Desde siempre, los hombres han inventado mil y un métodos para poder transmitir sus mensajes.

Los antiguos griegos, romanos y aborígenes, se comunicaban por medio de señales de humo a grandes distancias. Además, en Europa, los soldados servían de correo para enviar los mensajes.

"En el siglo X los musulmanes utilizaban a las palomas mensajeras para enviar y recibir mensajes desde enormes distancias"¹. Es evidente que las formas de comunicación fueron mejorando y en 1305 aparece la Cámara de Postas que viajaba por toda Europa llevando y trayendo mensajes"².

Haciendo un pequeño recuento, en un inicio los textos se escribían en papiro, más tarde se comenzó a usar el pergamino y luego las pieles de los animales. Igualmente al principio las letras se imprimían en bloques de madera grabada, más adelante se hicieron impresiones en letras móviles, a lo que se le llamó tipografía.

No está demás, mencionar que cada desarrollo de los medios de comunicación ha supuesto y ha hecho posible un adelanto en el ámbito social. Tal es el caso citado por Marshall McLuhan en el libro "Entender los Medios de Comunicación", donde afirma que cuando apareció el papel en China y se extendió su uso por Europa y Oriente Medio en el siglo XVI, se produjo un avance y una aceleración de la educación y del comercio, también proporcionó una base para que más adelante se dé el Renacimiento, y luego la invención de la imprenta en el siglo XV.

El primer libro que se imprimió fue la Biblia en latín, esto ocurrió en el año de 1455.

¹ Mora, Alba Luz, "La Televisión en el Ecuador", Editorial Amauta, Guayaquil, 1982. Pág. 44.

² Ibíd.

En 1795 Firmín Didot logró reproducir planchas para imprimir estereotipos, a partir de tipos ya compuestos.

Así mismo, en 1450 Gutenberg inventó la imprenta con tipos móviles, lo que ha hecho posible la impresión de libros en menor tiempo. “A partir de este hecho la primera imprenta fue instalada en Inglaterra en 1476 posibilitando la aparición de los primeros periódicos a finales del siglo XV. Los periódicos de esa época (1493) tenían la forma de almanaques”³.

Con el paso de los años, se vio la necesidad de transmitir un mismo mensaje simultáneamente a muchas personas, por esta razón, “se inventaron los periódicos y las revistas. Estos medios estampan un mismo mensajes en millones de cerebros”⁴.

Esta autora afirma que los medios de comunicación transmiten ideas uniformadas, de tal modo que millones de personas ven los mismos anuncios, las mismas noticias y los mismos relatos.

En el siglo XVI circulaban periódicos destinados especialmente a la publicidad oficial. Según la enciclopedia “El Mundo de la Técnica”, estos periódicos se explotaban por el sistema de concesiones monopolísticas. Es así que en 1613 aparece “La Gazette de France” y en 1661 “La Gazeta de Madrid”.

Ahora remitiéndonos a nuestro país el Ecuador, la primera imprenta ecuatoriana data de 1754 y fue instalada por los jesuitas en Ambato. El primer periódico publicado se llamó "Primicias de la Cultura de Quito" y fue de autoría de Eugenio Espejo.

En el curso del siglo XVIII, amparado por la prosperidad económica, el mundo apareció en los periódicos y, de un modo progresivo creció su importancia, hasta que, a principios de siglo la publicidad ocupaba más de la mitad de la superficie de los periódicos.

De acuerdo con Alba Luz Mora, "la historia de los diarios del Ecuador comienza en 1884 con la aparición de “El Telégrafo”, al que le siguió en 1906 "El Comercio", luego vino "El Día" y "La Tierra". En 1924 empezaron a publicarse "El Universo" de Guayaquil y "El Mercurio" de Cuenca. En 1944 aparecen "El Sol", "Diario del Ecuador" de Quito. "Ultimas

³ Mora Alba Luz, "La Televisión en el Ecuador", Editorial Amauta, Guayaquil, 1982, Pág. 54

⁴ Ibíd. Pág. 50.

Noticias", "La Razón" y "La Verdad" de Ibarra. En 1982 se comienza a publicar el periódico "Hoy" de Quito.

Más adelante en el siglo XIX con el fin de acortar distancias se inventaron el teléfono y el telégrafo, objetos que permitían la comunicación a largas distancias.

El telégrafo óptico de Chappe permitiría transmitir mensajes a una distancia de 50 leguas, en un tiempo de 25 minutos"⁵.

Las conexiones telegráficas utilizando electroimán para transmitir a largas distancias fueron realizadas por Samuel Morse en 1843 y 1844.

En 1847 Alexander Graham Bell patentó su invento, el teléfono eléctrico. Este instrumento permitía recibir y transmitir mensajes inmediatamente y ha sido utilizado enormemente, permitiendo comunicar personas desplazadas por todo el mundo, en cuestiones de segundos.

"No fue hasta la llegada del telégrafo que los mensajes pudieron viajar más rápidamente que los mensajeros. Antes las carreteras y las palabras escritas estaban estrictamente relacionadas entre sí. Es solo desde el telégrafo que la información ha podido disociarse de soportes tan sólidos como la piedra o el papiro, como antes se disoció el dinero de las pieles y metales preciosos para acabar en papel".⁶

El telégrafo tuvo rápido crecimiento, ya que en 1858 se tendió el primer cable que cruzó el Atlántico y en 1861 ya estaba extendido por toda América del Norte.

A partir de 1877 el telégrafo permitió eliminar distancias espaciales y comunicar a las personas ubicadas en sitios distantes.

En 1956 la BBC de Londres puso en funcionamiento el primer servicio público de televisión de alta resolución, este fue uno de los primeros que traería como resultado la aparición de la transmisión por cable.

⁵ Mora Alba Luz, "La Televisión en el Ecuador", Editorial Amauta, Guayaquil, 1982, Pág. 56.

⁶ Ibíd.

"El magnetoscopio o grabador reproductor de imágenes de televisión en 1956. Desde entonces ha sido utilizado por cadenas de televisión y otros organismos".⁷

⁷ *Ibíd.*

ANEXO N° 2.

Antecedentes fundamentales y principales acontecimientos en la legislación sobre medios de comunicación.

- Desde las primeras constituciones, la comunicación en el Ecuador se ha fundamentado como ley del estado, así se han planteado artículos referentes a la libertad de expresión y se crearon organismos dedicados a la difusión de la información oficial (Registro Oficial, órgano gubernamental de difusión de leyes y reglamentos que se mantiene hasta la actualidad).
- En 1944, en la segunda presidencia del Dr. Velasco Ibarra se funda la Primera Sala de Información de la Presidencia de la República.
- En la presidencia del Dr. Camilo Ponce se crea, mediante decreto ejecutivo de 1957, el primer reglamento que regula la instalación de transmisores de televisión y radio. El ente encargado de otorgarlas era la Dirección Nacional de Comunicaciones del Ministerio de Obras Públicas.
- En 1961 se funda Radio Nacional del Ecuador.
- Con decretos legislativos del 30 de octubre de 1962 y ejecutivo N°.1544 del 11 de noviembre de 1966 se declara que la radio y la televisión son industrias de publicidad.
- El 14 de agosto de 1964 (con decreto 1354 publicado en el registro oficial N°311) la junta militar, precedida por el Contralmirante Ramón Castro Jijón, declara el 9 de julio de cada año día de las comunicaciones nacionales, como un reconocimiento a la labor de los trabajadores de las empresas de radio, telegrafía y teléfonos del Ecuador.

- Velasco Ibarra en 1969, expide un decreto ejecutivo considerando a la prensa, radio y televisión como industrias de transformación que deben ser protegidas, ya que su funcionamiento está íntimamente ligado con la cultura y el convivir nacional.
- En 1970, se unificó la dirección, administración y operación del Sistema Nacional de Telecomunicaciones, considerándolas “servicios públicos”.
- El 3 de agosto de 1970 con decreto N°179, se crea la Secretaria Adjunta de Información de la Presidencia de la República y el 28 de agosto con decreto N°23 es reglamentada.
- El 11 de febrero de 1971 se expide la Ley General de Telecomunicaciones.
- El Gral. Rodríguez Lara, el 16 de octubre de 1972, crea el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL), adscrito al Ministerio de Obras Públicas, con la finalidad de: planificar, establecer, explotar, mantener, controlar, desarrollar y regular los sistemas de telecomunicaciones nacionales e internacional, de acuerdo a los planes de desarrollo del país, con criterio económico y con criterio social público.
El IETEL estaba integrado por las Empresas de telecomunicaciones del norte y del sur, la empresa Cables y Radio del Estado y el Departamento Nacional de Frecuencias.
- En la dictadura de Rodríguez Lara, con decreto ejecutivo N°.1175, se publicó en el Registro Oficial N°.167 del 19 de octubre de 1972, la Ley Básica de Telecomunicaciones. En esta ley, el Estado autorizaba y concedía frecuencias electromagnéticas de radio y televisión a personas naturales y jurídicas, a través del Ministerio de Obras Publicas y Comunicaciones.
- El 20 de noviembre del mismo año, con decreto 1348 del Registro Oficial N°.193, se expide el reglamento de la Secretaria Nacional de Información Pública, en el cual se incluía la creación de la primera Secretaria Nacional de Información Pública, más conocida como SENDIP; organismo adscrito a la Presidencia de la República que cubría la necesidad del gobierno de informar adecuadamente al

pueblo ecuatoriano sobre las acciones realizadas y los logros que se alcancen para beneficio del país, además, porque era deber del gobierno difundir la cultura, las ciencias, las artes y procurar que sus beneficios lleguen a todos los niveles de la población.

- El 20 de enero de 1973 el Gral. Rodríguez Lara, con acuerdo ejecutivo N°.70-A publicado en el Registro Oficial N°.263, expidió el Reglamento Orgánico de la SENDIP.
- Desde 1973, IETEL controló por más de 2 décadas las comunicaciones en el Ecuador.
- El 1 de enero de 1974, entró en vigencia el reglamento para el control de la propaganda, con el ánimo de proteger la salud ecuatoriana conforme al Art.99 del código de salud que estipula que la producción, venta y consumo de cigarrillos o bebidas alcohólicas deberían ser reguladas por la autoridad.
- En el Registro Oficial 785 del 18 de abril de 1975, el Gral. Rodríguez Lara expidió la primera Ley de Radiodifusión y Televisión. Encargando al Ministerio de Obras Publicas y Comunicación la distribución de las frecuencias de radio y televisión; y al Ministerio de Defensa, la seguridad y defensa nacional en el aspecto de las telecomunicaciones.

En ellas se regulan también los sistemas radioeléctricos correspondientes a las naves aéreas, marítimas y cualquier vehículo nacional o extranjero que opere en el país. Y un aspecto importante: el Estado se guardaba el derecho y la facultad de disponer, regular y controlar la utilización del espectro radiofónico en sistemas de telecomunicaciones en todo el territorio ecuatoriano.

Luego, los ministros de Obras Publicas y Finanza, expidieron el reglamento para la exoneración del 100% de los derecho arancelarios (decreto 786), en la importación de equipos, accesorios y repuestos de radiodifusión y televisión; que beneficiaba a las personas naturales o jurídicas que estuvieren en calidad de concesionarios.

Así, se exoneraban de impuestos a los equipos de radiodifusión de 20kw, los equipos para el servicio de radiodifusión modulada con una potencia mínima de 1Kw, los equipos para televisión de cualquier capacidad y repetidoras.

- El 18 de septiembre de 1975 con decreto 799-B, Rodríguez Lara, considerando que el Estado debía proteger al periodista profesional y estimular su superación intelectual y material, expidió la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, como una garantía del derecho del hombre a expresar su pensamiento en el Ecuador. Así mismo, con esta ley se conforma la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, integrada por el Subsecretario de Educación Pública, el Presidente de la Unión Nacional y el de la Confederación Nacional de Periodistas, los Directores de las Escuelas de información de las Universidades Central del Ecuador y Estatal de Guayaquil.
- El 12 de diciembre de 1975, mediante acuerdo ejecutivo, se reformó el reglamento orgánico de la SENDIP en lo concerniente a las atribuciones concedidas para celebrar contratos, aduciendo que estas entorpecían la agilidad administrativa y que se llamaría a licitación y concurso de ofertas para las adquisiciones.
- Con acuerdo N°357-D del Consejo Supremo de Gobierno, el 6 de marzo de 1976, se dispone que los talleres gráficos nacionales, donde se elabora el registro oficial, se fusionen con la sección de la SENDIP.
- En Quito, el 3 de junio de 1977, se reúne la VIII Asamblea de la Asociación de Radiodifusión AER, que ante las complejas y cambiantes circunstancias políticas, económicas y sociales (que exigían cada vez más una acción consiente, responsable y efectiva por parte de las estaciones de radio y televisión), se ratifica en la inquebrantable decisión de exigir que las estaciones de radio y televisión continúen estando al servicio de la promoción de los derechos humanos y de los principios democráticos como un factor de unión social y que los medios de comunicación manejados por manos privadas y en régimen de libre competencia aseguren la libertad de expresión del pensamiento como uno de los instrumentos del desarrollo integral del pueblo sin abdicar sus libertades.

- El 25 de agosto de 1977, la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) reunida en Quito, se pronuncia respecto a su apoyo irrestricto a la libertad de expresión y se ratifica en las declaraciones anteriores contrarias a la exaltación de todo tipo de violencia y de infiltraciones o acciones totalitarias ajenas al sentir de los pueblos, defendiendo que no hay un método más eficaz para garantizar la libertad de expresión que la libre competencia y la actividad privada.
- El 27 de julio del mismo año el Consejo Supremo de Gobierno con acuerdo ejecutivo N°1682, modifica la ley básica de telecomunicaciones, incorporando a los organismos reguladores de las comunicaciones a la Armada Nacional las frecuencias marítimas. Y se prohíbe interceptar, publicar o divulgar información cruzada mediante el servicio de telecomunicaciones, con sanciones penales a quien incurra en estos delitos.

Con esta ley, se promueve la llamada Ley Emergente en Telecomunicaciones que en caso de conmoción interna, guerra o emergencia nacional, faculta Al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas tomar el control directo e inmediato de los servicios de telecomunicaciones en este plan se establece el compromiso del Estado de renovar periódicamente el Plan Nacional de Telecomunicaciones y modernizar sus servicios.

Para el Ecuador, la década del 80 se caracterizó por grandes cambios políticos, después de haber transcurrido casi 10 años de dictadura militar, en esta época se reformó la constitución en el campo político y económico después del referéndum de 1978, sin que se registraran grandes cambios de tipo jurídico en el ámbito de las telecomunicaciones.

Sin embargo, se registró una fuerte restricción al derecho de la libre opinión y ejercicio de la libertad de expresión, cuando los periodistas tocaban temas de interés gubernamental. Es el caso de ORTEL, canal 5 censurado en el gobierno de León Febres Cordero y Radio Sucre clausurada en el gobierno de Rodrigo Borja.

- Cabe destacar que el 14 de septiembre de 1988, el Dr. Rodrigo Borja expidió el Decreto ejecutivo N°.14 mediante el cual se cambia de denominación a la

Secretaría Nacional de Información Pública, que pasa a ser conocida como Secretaría Nacional de Comunicación (SENAC).

- En 1992, el Presidente Rodrigo Borja, creó la SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES, como ente normador, regulador y controlador de las comunicaciones radiales y televisivas.
- El 10 de agosto del mismo año, el Presidente Durán Ballén firmó el decreto N°4, el cual creaba el Ministerio de Información y Turismo, con 2 secretarías, una para el turismo y otra para el campo de la comunicación oficial.
- El objetivo fundamental de esta transformación se debió al deseo del gobierno de incentivar la actividad turística del país como una de las principales fuentes de ingreso.
- Luego se expidió la ley reguladora conocida como “Ley Reformatoria a la Ley especial de Telecomunicaciones”, el 30 de agosto de 1992.
- El 12 de abril de 1994, el gobierno decidió dividir al Ministerio de Información, dejó al Ministerio las tareas Turísticas y creó la Secretaría Nacional de Comunicación del Estado, SENACOM, que se preocuparía por el manejo de la información de la actividad oficial en calidad de secretaria adscrita a la Presidencias de la República.
- El 18 de abril de 1995, por iniciativa del ejecutivo, el Congreso Nacional aprobó las reformas a la Ley de Radiodifusión y Televisión.
- El 21 de octubre de 1996, el Ab. Abdalá Bucarám Ortiz, dispone que el reglamento general de la Ley Especial de Telecomunicaciones y la Ley Reformatoria de la Ley Especial de Telecomunicaciones en el futuro se denominen “Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada”.

ANEXO N° 3.

REGLAMENTO DE CONCESION DE FRECUENCIAS DE RADIODIFUSION Y TELEVISION

NORMA: Resolución del CONATEL 5743
PUBLICADO: [Registro Oficial 588](#)

STATUS: Vigente
FECHA: 12 de Mayo de 2009

EL CONSEJO NACIONAL DE RADIODIFUSION Y TELEVISION

Considerando:

Que, el Art. 261, numeral 10 de la Constitución de la República del Ecuador dispone: "El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre "El espectro radioeléctrico y el régimen general de comunicaciones y telecomunicaciones...";

Que el Art. 226 de la Constitución de la República del Ecuador, ordena que "las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúan en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar; acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución";

Que, el Art. 313 de la Norma Suprema, establece que "el Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia, entre los que se incluye el espectro radioeléctrico y deben orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés general;

Que el Art. 10 de la misma Constitución en su numeral 3, dispone que: "Para el ejercicio de los derechos y las garantías constitucionales no se exigirán condiciones o requisitos que no estén establecidos en la Constitución o la ley";

Que el Art. 16 de la Constitución de la República del Ecuador, contiene los derechos de las personas en materia de comunicación e información en forma individual o colectiva, entre ellos el previsto en el numeral 3 que dispone lo siguiente "3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las

frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas";

Que igualmente el Art. 17 de la Carta Magna dispone que el Estado fomentará la pluralidad y diversidad en la comunicación y al efecto: "1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.- 2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.- 3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias";

Que, por su parte, el Art. 19, de la misma Constitución, establece que "la Ley Regulará la prevalencia de los contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente";

Que, el artículo 57, numeral 21 de la Norma Suprema, dispone que se reconocerá y garantizará a las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas el derecho a la creación de sus propios medios de comunicación;

Que, los artículos 347, numeral 8 y 380, numeral 6, señala como responsabilidad del Estado, "incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales"; y "Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales;

Que, el artículo 408, de la Constitución de la República, dispone que: "Son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado entre otros, el espectro radioeléctrico;

Que el artículo 426 de la Norma Suprema establece que "Las juezas y jueces, autoridades administrativas y servidoras y servidores públicos, aplicarán directamente las normas constitucionales y las previstas en los instrumentos internacionales de derechos humanos siempre que sean más favorables a las establecidas en la Constitución, aunque las partes no las invoquen expresamente";

Que, el artículo 46, numeral 7 de la Carta Magna, dispone que el Estado adoptará, entre otras, medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes la "Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad.";

Que, el Art. 2 e innumerado quinto, letra d) agregado a continuación del Art. 5 de la Ley de Radiodifusión y Televisión reformada, atribuye al Consejo la facultad para otorgar a las personas naturales o jurídicas frecuencias o canales para radiodifusión y televisión y expedir las resoluciones necesarias para la regulación y autorización de estos servicios en todo el territorio nacional, previo el cumplimiento de los requisitos técnicos, legales y económicos;

Que para efectos de concesionar frecuencias de radiodifusión y televisión o autorizar sistemas de audio y video por suscripción, el Consejo ha dictado lineamientos generales y políticas internas para la concesión de las mismas, que constan en la Resolución Nro. 4335-CONARTEL-07 de 5 de noviembre del 2007;

Que el Art. innumerado primero, agregado al Art. 10 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, establece que "Cualquier persona natural o jurídica ecuatoriana, que cumpla los requisitos establecidos en esta ley, podrá obtener la concesión de canales o frecuencias para instalar y mantener en funcionamiento una estación de televisión comercial en capitales provinciales o en ciudades con población aproximada de cien mil habitantes.

Estas limitaciones no regirán para las provincias amazónicas, de Galápagos y zonas fronterizas";

Que, dentro de las facultades legales y reglamentarias que constituyen el marco para el otorgamiento de concesiones de frecuencias de radiodifusión y televisión y otros medios y para la autorización de sistemas de audio y video por suscripción, es indispensable actualizar las políticas internas y lineamientos generales que deben servir de pauta para las concesiones o autorizaciones respectivas, tomando en cuenta los avances de la tecnología en materia de radiodifusión y televisión y la promulgación y publicación de la Constitución de la República del Ecuador;

Que, se debe tomar en cuenta los criterios vinculantes del Procurador General del Estado, constante en los oficios Nos. 05932, recibido el Consejo el 2 de julio de 1999, con ingreso No. 3679, No. 025457 de 12 de junio y No. 026089 de 10 de julio del 2006, en los que con relación a los herederos señala que tendrían derecho preferente para otorgárseles la concesión;

Que el Consejo, en la sesión efectuada el 13 de marzo del 2009, dentro del orden del día, conoció y resolvió dictar REGULACIONES SOBRE POLITICAS INSTITUCIONALES Y PROCEDIMIENTOS PARA LA CONCESION DE FRECUENCIAS DE RADIODIFUSION Y TELEVISION, luego de las deliberaciones correspondientes; y,

En uso de las atribuciones que le confiere la letra b) del Art. quinto innumerado del Art. 6 de la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión,.

Resuelve:

Expedir el siguiente Reglamento de Políticas Institucionales y Procedimientos para la Concesión de Frecuencias para la Operación de Estaciones de Radiodifusión, Televisión y Sistemas de Audio y Video por Suscripción.

CAPITULO I
POLITICAS INSTITUCIONALES PARA LA CONCESION DE
FRECUENCIAS DE RADIODIFUSION, TELEVISION Y SISTEMAS DE
AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCION

Art. 1.- Para la concesión de frecuencias de radiodifusión y televisión y otros medios, se observarán las siguientes políticas generales:

a) La concesión de frecuencias o canales radioeléctricos se realizará por zonas geográficas y/o áreas de cobertura independientes, priorizando la atención de zonas carentes de servicio o desatendidas y/o sectores rurales y en general localidades donde se evidencie una baja penetración de estos servicios, evitando la concentración en capitales de provincia;

b) El Consejo en pleno establecerá el porcentaje de estaciones repetidoras o matrices, para cada zona geográfica y/o área de cobertura independiente, procurando no saturar con matrices o con repetidoras a lugares de escasa densidad poblacional;

c) Se considerará los contenidos de la programación propuestos, conforme las necesidades de la población;

d) Al amparo de lo dispuesto en los artículos 17, 426 de la Constitución de la República del Ecuador el CONARTEL podrá analizar las solicitudes para la instalación de estaciones de televisión incluso en poblaciones cuyo número de habitantes sea inferior a 100.000; y,

e) Se considerarán como preeminentes las solicitudes de concesión presentadas por los herederos de una estación, así como por el cónyuge, curador o hijos mayores del concesionario declarado judicialmente interdicto.

Art. 2.- El Consejo fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, garantizando la asignación, en igualdad de condiciones, de las frecuencias de radiodifusión y televisión, para la operación de estaciones de radiodifusión y televisión públicas, privadas y comunitarias, buscando precautelar que en su utilización prevalezca el interés colectivo, propiciando porcentajes equitativos de asignación en el caso en que existan solicitudes de tipo público, comunitario o privado.

Art. 3.- En forma previa a las concesiones que puedan efectuarse en todas y cada una de las zonas geográficas y/o áreas de cobertura independientes del territorio nacional definidas con anterioridad por el Consejo, se dispondrá que con anticipación se anuncie por la prensa y/u otros medios de comunicación la presentación de requisitos para la concesión de frecuencias en base a la disponibilidad existente.

Art. 4.- Las autorizaciones de los servicios de audio y video por suscripción, modalidad de cable físico, al no hacer uso del espectro radioeléctrico como recurso del Estado, serán otorgadas en forma directa, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Art. 20 de la Ley de Radiodifusión y Televisión y 16, numeral 1 de su reglamento general.

CAPITULO II NORMAS GENERALES PARA LAS CONCESIONES

Art. 5.- El espectro radioeléctrico atribuido a servicios de radiodifusión y televisión, estará destinado aproximadamente en un 30% para estaciones públicas y comunitarias y 70% para privadas, sean estas matrices o repetidoras, para lo cual las frecuencias consideradas libres serán distribuidas en los porcentajes señalados. El CONARTEL en forma motivada y previo los informes pertinentes, podrá variar los porcentajes antes establecidos.

Art. 6.- Con la finalidad de no saturar con matrices o con repetidoras a lugares de escasa densidad poblacional, se establece un porcentaje mínimo de estaciones para radiodifusión de tipo comercial privado sonora, frecuencia modulada y de televisión abierta del 80% de matrices y 20% de estaciones repetidoras para cada zona geográfica. El CONARTEL en forma motivada y previo los informes pertinentes, podrá variar los porcentajes antes establecidos.

Art. 7.- Para el cumplimiento del artículo 3 de este Reglamento el CONARTEL publicará por la prensa por tres diferentes días, en dos periódicos de circulación nacional y al menos en uno de circulación local de haberlo, la concesión de frecuencias donde exista disponibilidad, así como en cualquier otro medio de difusión que garantice el conocimiento de la ciudadanía, como en el portal de internet del CONARTEL o de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

En la convocatoria se otorgará el plazo de hasta 30 días, contados a partir del día hábil siguiente al de la fecha de la última publicación dentro del cual los peticionarios deberán presentar los requisitos técnicos, económicos y legales que establece el Art. 20 de la Ley de Radiodifusión y Televisión y 16, número 1 de su reglamento general.

Art. 8.- Para la concesión de frecuencias radioeléctricas de radiodifusión o televisión, el CONARTEL tomará en cuenta como elementos importantes los siguientes aspectos o información:

a) Programación, cuyos contenidos tendrán fines informativos, educativos, culturales, de conciencia cívica orientada a fortalecer la unidad nacional, a la consolidación intercultural y social, a la defensa de los valores humanos, históricos, artísticos, que afiancen la identidad nacional y vigoricen la vigencia de los derechos humanos y que incentiven la producción nacional independiente;

b) La determinación sobre la generación de empleo y nuevas fuentes de trabajo;

c) El estudio sobre la sostenibilidad financiera y técnica del proyecto; y,

d) Otros parámetros que el Consejo considere necesario en beneficio del público.

Esta información será presentada por el peticionario al CONARTEL para su análisis y tratamiento.

Art. 9.- Para la evaluación de los requerimientos señalados en el artículo el CONARTEL conformará una comisión que presente el informe, la misma que estará presidida por quien designe.

Art. 10.- Las concesiones otorgadas por el Consejo para estaciones de radiodifusión o televisión de servicio público o de tipo comunitario, no podrán transformarse en estaciones de servicio comercial privado.

CAPITULO III

PROCEDIMIENTO PARA EL OTORGAMIENTO DE LAS CONCESIONES

Art. 11.- Solicitud de concesiones.- Las personas naturales o jurídicas que soliciten la concesión de frecuencias radioeléctricas de radiodifusión y televisión o autorización para la operación de sistemas de audio y video por suscripción, deberán cumplir con la presentación y cumplimiento de los requisitos determinados en el Art. 16 numeral primero del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión, que son los siguientes:

- a) Solicitud escrita dirigida al CONARTEL, en la que conste los nombres completos del solicitante y su nacionalidad;
- b) Nombre propuesto para la estación o sistema a instalarse;
- c) Clase de estación o sistema comercial privado, de servicio público o de servicio público comunal;
- d) Banda de frecuencias: de radiodifusión de onda media, onda corta, frecuencia modulada, radiodifusión por satélite, radiodifusión circuito cerrado, televisión VHF o televisión UHF, televisión codificada, televisión por cable, de audio, video o datos, u otros medios, sistemas o servicios de conformidad con la Ley de Radiodifusión y Televisión y este reglamento;
- e) Estudio de ingeniería suscrito por un ingeniero en electrónica y telecomunicaciones colegiado y registrado en la Superintendencia de Telecomunicaciones;
- f) Ubicación y potencia de la estación o estaciones;
- g) Horario de trabajo;
- h) Dos certificados bancarios que acrediten la solvencia económica del solicitante;
- i) Currículum vitae, para el caso de persona natural;
- j) Partida de nacimiento del solicitante y del cónyuge;
- k) Fotocopias de las cédulas de ciudadanía y certificado de votación de la persona natural o del representante legal de la persona jurídica;
- l) Declaración juramentada que el peticionario no se encuentre incurso en ninguna de las limitaciones establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión en relación con el número de estaciones de las que puede ser concesionario; y,
- m) Copia del Registro Unico de Contribuyentes, RUC.

En el caso de personas jurídicas, estas deberán presentar los documentos que acrediten su existencia legal y el nombramiento del representante legal. Para el caso de compañías, corporaciones o fundaciones se debe adjuntar las partidas de nacimiento de los socios.

Conforme a lo dispuesto en el Art. 17 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión, los peticionarios deberán presentar los requisitos establecidos en el Art. 8 del presente reglamento.

Art. 12.- Informes técnico y legales.- Una vez verificado el cumplimiento los requisitos determinados en el Art. anterior por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones, dicha entidad remitirá los informes técnico y legal correspondientes al CONARTEL para que realice el análisis de la petición en el ámbito de su competencia y presente a su vez los informes técnicos y legales correspondientes, para conocimiento y resolución del Consejo.

Art. 13.- Publicación por la prensa.- En base de los informes técnicos y legales de la Superintendencia de Telecomunicaciones, del CONARTEL y del informe de la comisión señalada en el Art. 9 de este reglamento, y de acuerdo con lo dispuesto en el tercer inciso del Art. 9 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión resolverá sobre el trámite solicitado y de ser favorable, mediante resolución dispondrá, a través de Secretaría General que se proceda a anunciar la realización del trámite de suscripción del respectivo contrato en uno de los periódicos de mayor circulación de Quito o Guayaquil y en uno de la localidad donde funcionará la estación, si lo hubiere, a costa del peticionario, con el objeto de que en el plazo de quince días, contados a partir de dichas publicaciones, cualquier persona pueda impugnar conforme a la ley el trámite de dicha concesión.

Art. 14.- Impugnaciones.- Las impugnaciones al trámite de la concesión señalada en el artículo. anterior, una vez efectuada la publicación por la prensa, se tramitarán en los plazos y condiciones determinados en los Arts. 12 y 13 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

De aceptar el Consejo la impugnación formulada, negará la solicitud y archivará el expediente.

Art. 15.- Trámite de la concesión.- Si no se producen impugnaciones al trámite de la concesión o si éstas son desestimadas por el Consejo, se otorgará el término de hasta sesenta días para que el peticionario presente a la Superintendencia de Telecomunicaciones los documentos indicados en el numeral 3 del Art. 16 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión, que son los siguientes:

a) Una garantía en dinero en efectivo o cheque certificado a favor de la Superintendencia de Telecomunicaciones por cada una de las frecuencias que solicita para el fiel cumplimiento de la instalación y operación de la estación o sistema, por el valor equivalente a 20 salarios mínimos vitales del trabajador en general, vigentes a la fecha de suscripción del contrato;

b) Título de propiedad de los equipos, a falta de este la promesa de compraventa, judicialmente reconocida;

c) Título de propiedad, o contrato de arrendamiento, de los terrenos en donde se instalará el transmisor de la estación matriz y la(s) repetidora(s); y,

d) Copia de las publicaciones realizadas por la prensa.

Una vez cumplido los requisitos que anteceden, la Superintendencia de Telecomunicaciones remitirá al CONARTEL en el término de hasta 30 días el informe de que el peticionario ha cumplido con los requisitos señalados anteriormente, y el proyecto de minuta para la suscripción del respectivo contrato.

Art. 16.- Suscripción del contrato.- Cumplido el trámite previsto en los artículos anteriores de este reglamento, el Consejo autorizará la concesión y la correspondiente celebración del contrato de concesión mediante escritura pública, que deberá ser suscrita por el Superintendente de Telecomunicaciones en el término de quince días, contados a partir de la fecha de notificación al interesado, previa a la cancelación de los derechos de concesión a que se refiere el número 4 del Art. 16 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

El contrato de concesión cumplirá con lo establecido en el Art. 20 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Art. 17.- Notificación.- La resolución que emita el Consejo, otorgando la concesión será de ejecución inmediata y deberá ser notificada por la Secretaría General del CONARTEL al interesado, a la Superintendencia de Telecomunicaciones y publicada en la página web del CONARTEL, así también se notificará a los participantes que no obtuvieron la concesión.

Art. 18.- Plazos ampliatorios.- En caso de que no se celebre el contrato de concesión por razones de fuerza mayor o caso fortuito dentro de los plazos antes indicados, el peticionario podrá solicitar al CONARTEL la prórroga de plazo antes del vencimiento del mismo, la misma que será debida y legalmente justificada, con la documentación de sustento correspondiente y el Consejo o el Presidente del CONARTEL, mediante delegación, resolverá el pedido en función de lo dispuesto en el Art. 19 de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Art. 19.- Renovación de concesiones.- Para la renovación de las concesiones se observará lo previsto en el inciso segundo del Art. 9 de la Ley de Radiodifusión y Televisión y 15 y 20 reformado del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Art. 19-A.- Además de los requisitos legales y reglamentarios, los peticionarios para obtener una concesión de un sistema de audio y video por suscripción, deberán presentar un estudio que demuestre la factibilidad financiera de su proyecto, para lo cual se utilizarán los formularios señalados en este artículo.

Nota: Artículo dado por Art. 3, Disposición Transitoria Cuarta de Resolución del CONATEL No. 682, publicada en Registro Oficial 329 de 26 de Noviembre del 2010.

Art. 19-B.- Se incluirá en el Reglamento de Políticas Institucionales y Procedimientos para la Concesión de Frecuencias para la Operación de Estaciones de Radiodifusión y Televisión y Sistemas de Audio y Video por Suscripción (Resolución No.

5743-CONARTEL-09) el requisito indicado el artículo 8, inciso cuarto descrito a continuación.

Art. 8.- Los requisitos que debe presentar el peticionario para obtener la concesión y ser autorizado para instalar, operar y explotar un sistema de audio y video por suscripción, son aquellos enumerados y descritos en los artículos 20 de la Ley de Radiodifusión y Televisión y 16 de su reglamento general.

El CONATEL aprobará los formatos individuales de requisitos para cada servicio.

Además de los requisitos legales y reglamentarios, los concesionarios del sistema codificado satelital, deberán presentar el respectivo acuerdo o convenio de comercialización suscrito con el operador del servicio.

Además de los requisitos legales y reglamentarios, los peticionarios para obtener una concesión de un sistema de audio y video por suscripción, deberán presentar un estudio que demuestre la factibilidad financiera de su proyecto, para lo cual se utilizarán los formularios señalados en este artículo.

Nota: Artículo dado por Disposición Transitoria Cuarta de Resolución del CONATEL No. 816, publicada en Registro Oficial 361 de 12 de Enero del 2011.

DISPOSICIONES GENERALES

Toda solicitud de concesión que haya sido conocida por el Consejo en caso de ser desfavorable, será archivada y de persistir el interés del peticionario sobre dicha concesión, podrá participar en otra convocatoria presentando nuevamente los requisitos señalados en este reglamento.

Las disposiciones de este reglamento en cuanto a lo previsto en el Art. 8, no serán aplicables a los trámites anteriores que en base a los informes técnicos y legales se encuentren en conocimiento del Consejo cuando se haya dispuesto la publicación por la prensa para posibles impugnaciones.

Derogar las resoluciones Nro. 4335-CONARTEL-08 de 5 de noviembre del 2007 y Nro. 4394-CONARTEL-08 de 9 de enero del 2008 y disponer la publicación de la presente resolución en el Registro Oficial.

Dado en la ciudad de Quito, en la sala de sesiones del Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), a uno de abril de dos mil nueve.

f.) Ab. Antonio García Reyes, Presidente de CONARTEL.

f.) Dr. Mauricio Oliveros Grijalva, Secretario General.

Certifico.- Este documento es fiel copia del original.- Quito, a 16 de abril del 2009.-
f.) Secretaria del CONARTEL.

ANEXO N° 4.

**Listado de los grupos económicos y su conformación, actualizada a inicios del 2010 obtenidas del
Ministerio Coordinador de la Política Económica. Dpto. de Política.**

GRUPOS ECONÓMICOS - CONFORMACIÓN

Variación (*)Ranking 09 - 10	Rk. 2010 (tamaño)	Rk. 2009 (tamaño)	Rk. 2008 (tamaño)	Rk. 2007 (tamaño)	Rk. 2006 (tamaño)	Nombre del Grupo	Sociedades Nacionales (a)	Sociedades Extranjeras (b)	Contribuyentes Especiales	Grandes Contribuyentes	Presupuesto Nacional (c)	Instituciones Financieras	Total Integrantes d=a+b+c	REGIONAL
0	1	1	1	1	1	BANCO PICHINCHA (DINERS CLUB, SEGUROS DEL PICHINCHA, BANCO RUMINAHUI, BANCO DE LOMA, CREDITO AG)	85	3	37	5	7	7	95	NORTE
0	2	2	2	3	3	ALMACENES JUAN ELIURI (BANCO DEL AUSTRO, NECHYUNDAL, AIMESA, AERIA, METROCAR, TVCABLE)	145	17	59	8	14	3	176	AUSTRO
0	3	3	3	2	2	BANCO DE GUAYAQUIL (CORPORACION MULTIBG, RIO GUAYAS COMPANIA DE SEGUROS, MULTIVALORES B.G.)	10	3	6	1	0	3	13	LITORAL SUR
1	4	5	4	4	6	CORPORACION FAVORITA (SUPERMAXI, MEGAMAXI, JUGETON, AKI, SUPERSALDOS, KYWI, SUKASA, TVENTAS)	26	2	16	3	2	0	30	NORTE
1	5	6	6	5	7	PRODUBANCO (SUPER PA-CO, PLAN AUTOMOTOR EQUATORIANO, TERAPIAS, PRODUCCIONES)	23	0	9	1	9	1	32	NORTE
1	6	7	7	7	5	EXPORTADORA BANANERA NOBOA (BANACONT, ELCAFE, INDUSTRIA CARTONERA EQUATORIANA, INDUSTRIAL POLIMEROS)	113	4	40	4	7	5	124	LITORAL SUR
-3	7	4	5	6	4	GENERAL MOTORS (OMNIBUS BB, GMAC DEL ECUADOR, ELASTO)	9	3	5	4	0	0	12	NORTE
0	8	8	9	9	12	BANCO INTERNACIONAL (CONSORCIO PETROSUD PETROCRIVA, PETROLAMEREC, CERVANTES COMPANIA DE SEGUROS)	11	4	10	2	0	2	15	NORTE
0	9	9	8	8	10	BANCO BOLIVARIANO (TABOS EQUATORIANA, AFFB, VAL ORES BOLIVARIANO)	5	1	3	1	3	1	9	LITORAL SUR
0	10	10	11	10	11	CORPORACION EL ROSADO (MI COMSARIATO, MI JUGUETERIA, FERRISARIATO, CHILIS, SUPERCINES, RADIO DISNEY)	10	4	5	1	3	0	17	LITORAL SUR
1	11	12	17	17	17	DINADEC (CERVECERIA NACIONAL)	2	3	2	2	0	0	5	LITORAL SUR
3	12	15	14	14	14	CONSORCIO NOBIS (EQUADOR BOTTLING COMPANY, COMPANIA AZUCARERA VALDEZ, UNIVERSAL SWEET INDUSTRIES)	79	21	24	2	3	0	103	LITORAL SUR
-2	13	11	13	12	8	HOLCIM (CONSTRUMERCADO, GENERADORA ROCAFUERTE)	5	0	4	2	0	0	5	LITORAL SUR
-1	14	13	10	13	13	INDUSTRIA PRONACA (INAEPO, MARDEX, INCA, PRODUSTRON)	19	2	6	1	7	0	28	NORTE
-1	15	14	12	11	9	UNIBANCO (BANCO SOLIDARIO, ICESA, MOSUMI, MOTRANSA)	27	10	13	4	0	2	37	NORTE
0	16	16	15	15	15	REYBAPAL (FERTISA, VITANUTRIORGANIC, CARTONERA ANIMALABEQUIC)	15	4	6	3	4	0	23	LITORAL SUR
1	17	18	24	24	21	HERDOLTA (CESPO CONSTRUCCIONES (PANAMIA), CONSTRUCTORA HERDOLTA GUERRERO)	15	0	11	1	5	0	20	NORTE
1	18	19	23	25	24	CONSTRUCTORA HIDALGO E HIDALGO (CONORTE, CONSENTI CONSIGLIA)	38	0	18	1	7	0	45	NORTE
-2	19	17	22	21	25	HOLDINGDINE S.A. (CORPORACION INDUSTRIAL Y COMERCIAL (A.N.D.E.C.), DINE, HOTEL MARIOTT, SIBRILEMAN)	20	0	14	0	0	0	20	NORTE
3	20	23	21	22	19	BANCO DE MACHALA (EXPORTADORA MACHALA, ESTAR, INDOBRO, ICESA)	55	1	18	1	5	1	61	EL ORO
12	21	33	N/A	N/A	N/A	DIFARE (HOLDING GRUPO DIFARE, EQUAFARMACIAS & ASOCIADOS, DPA, DROMAYOR)	16	1	9	1	1	0	18	LITORAL SUR
2	22	24	16	16	16	UBISA (FARTISA, FICLISA, SIEMBRANUEVA, TRILEX, NADORTE, MEGABANANA)	28	7	13	1	0	0	35	LITORAL SUR
-2	23	21	19	19	22	INDUSTRIAS ALES (NOVOPAN, PANAMERICANA DEL ECUADOR, ALVAREZ BARBA, ALESPAMA)	33	0	18	2	6	1	39	NORTE
-4	24	20	20	20	23	LA TABERLA (EXA, SONOL, ENERGIAYALMA, INMORICI)	11	3	7	1	2	0	16	MANABI
1	25	26	18	18	18	FARMACIAS FVBECA (SANASANA, PARVICTORIA, ESCUELA FARMACIA INMOCINE)	12	1	7	2	2	0	15	NORTE
2	26	28	30	32	29	FADESA (PROQUIMSA, EQUAVEGETAL, LA LLAVE S.A. DE COMERCIO, LATIUNIVASES)	88	6	25	1	7	0	101	LITORAL SUR
3	27	30	27	27	20	GRUPO FUTURO (SEGUROS EQUINOCCIAL, TECNISEGUROS, SALUDSA, EQUIVIDA, METROPOLITAN TOURING)	40	2	15	2	6	3	48	NORTE
4	28	32	28	40	28	GERARDO ORTIZ E HIJOS (LAMITEX, ADHEPLAST, INSONOCT, SINTIEQUERO)	46	0	20	1	11	0	57	AUSTRO
9	29	38	N/A	N/A	N/A	CORPORACION MARESA HOLDING (MARESA, MAZMOTORS, COMERCIAL ORGAL, AUTOS RENT A CAR)	26	3	7	1	1	0	30	NORTE
1	30	31	35	31	34	MAVESA (MOTORE)	4	0	2	2	1	0	5	CENTRO I
4	31	35	N/A	N/A	N/A	PETROLEOS Y SERVICIOS PYS (PETROSHYRIS, PETROLACENTRO, ESTACION DE SERVICIO ALOAG, GASOLINERABENEFEN)	14	0	15	1	25	0	40	NORTE
9	32	41	38	33	33	INDUSTRIAS LACTEAS TONI (DITONI, GEVOCA, PLASTICOS EQUATORIANOS, DIDIPO)	13	15	11	1	0	0	28	LITORAL SUR
-4	33	29	33	30	31	INDUSTRIA ADELCA (KUBIEC, DURALANTA, FRANCELANA, NATUFLO)	24	5	10	1	6	0	35	NORTE
6	34	40	37	N/A	N/A	PLASTICOLUCHO (AMBACAR, AUTOMEXANO, UNIFINSA, EQUATRIAN)	30	1	13	1	13	2	44	CENTRO I
-10	35	25	26	26	36	IMPORTADORA TOMBAMBA (ECUANECPA, VAZCORP, VAS SEGUROS, MAXVISA DEL ECUADOR)	37	1	14	1	11	1	49	AUSTRO
-2	36	34	32	29	30	N.I.R.S.A. (FORTIDEX, CALADEMAR, REALVEG, COMPANIA AGRICOLA GANADERA)	27	4	6	1	6	0	37	LITORAL SUR
0	37	37	31	N/A	N/A	MARATHON SPORTS (ALLEGRO ECUADOR, EQUINOX, MADRIGAL SPORT, MEDEPORT)	44	2	20	1	3	0	49	NORTE
-2	38	36	29	28	26	INDURAMA (GIMEX, PLANTACIONES MALIMA, MALIBOLSA, LATAS DE PLANTACIONES)	20	2	7	2	7	0	29	AUSTRO
0	39	39	N/A	N/A	N/A	EXPASA (GISIS, HOTEL ORO VERDE, UNICENTRO TURISTICO, JABUCUM, LIMASOL)	30	9	5	1	1	0	40	LITORAL SUR
N/A	40	N/A	N/A	N/A	N/A	EXPASA (GIMEX, PLANTACIONES MALIMA, MALIBOLSA, LATAS DE PLANTACIONES)	10	2	3	2	2	0	14	AUSTRO
16	41	57	N/A	N/A	N/A	AUTOMOTORES DE LA SIERRA (PROALTO, MIRASOL, E. MALILIE, AUTOSIERRA)	19	0	11	1	8	0	27	CENTRO I
3	42	45	39	35	35	HOTEL COLON (INDUALTO, INDUSUR, DOSMILCORP, LANAFIT)	74	5	20	0	7	0	86	LITORAL SUR
0	43	43	36	N/A	N/A	KFC (GUS, AMERICAN DELI, TROPICBURGER, EL ESPAÑOL, BASKIN ROBBINS, CINNABON, CAPE VALDEZ)	34	2	9	1	6	0	42	NORTE
-2	44	42	40	36	39	AGRIPAC (AGROINDUSTRIAL BALANPARINA, LAQUINSA, EQUINOX, CORPORACION SIBRIE)	13	2	5	1	2	0	17	LITORAL SUR
8	45	53	41	37	37	EDIMCA (AGLOMERADOS COTOPAXI, ENDESA, BOTROSA, SETRAECO)	23	2	9	0	11	0	36	NORTE
-24	46	22	25	23	27	CASABACA (LOXOCOMERCIAL TOYOCASTA)	13	0	5	2	5	0	18	NORTE
-3	47	44	44	N/A	N/A	CASA TOSI (BANCO TERRITORIAL, PORVESEGUROS, PASANANERIA, MERCANTIL TOSI)	12	2	6	1	6	2	20	LITORAL SUR
-1	48	47	N/A	N/A	N/A	MEGA SANTAMARIA (EMPACADORA GRANOS DEL CAMPO, INMOBILIARIA Y REPRESENTACIONES LEO, JAYTONICO)	13	0	5	1	5	0	18	NORTE
-1	49	48	42	38	38	GRAIMAN (HIDROSA, TUBERIA GALVANIZADA EQUATORIANA, VANDERBILT)	48	3	14	1	11	1	62	AUSTRO
-1	50	49	N/A	N/A	N/A	ESTUDIO JURIDICO ORTEGA MOREIRA & ORTEGA TRULLILO (ANGLO AUTOMOTRIZ, BOLIVAR COMPANIA DE SEGUROS, CETIVENHUILOS)	37	4	9	1	3	2	44	LITORAL SUR
-24	51	27	43	N/A	N/A	CORPORACION CIPAL (CIAEPA, FRUITSTYLIFE, AGRO COMERCIO PALACIOS MARQUEZ PALMAR, TRADEPALM)	39	1	10	1	9	0	49	EL ORO
-6	52	46	45	N/A	N/A	EUROFISH (IBEROPESCA, TRANSMARINA, TADEL, ELVAYKA, TORDERADITINA)	30	0	7	1	4	0	34	MANABI
-2	53	51	46	N/A	N/A	CONSERVAS ISABEL (TADEL, IROTOP, DIPEC, PROPEZMANTA)	14	2	2	1	5	1	21	MANABI
2	54	56	N/A	N/A	N/A	UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO (CONCEM, DIGITAL PHOTO EXPRESS, CMSECO)	42	3	10	0	6	0	51	NORTE
0	55	55	N/A	N/A	N/A	OBSA ORO BANANA (AGRICOLAS UNIDAS DEL SUR, LA MARAVILLA, CAMIONES BANANEROS CABANA, APACSA)	24	0	10	0	8	0	32	EL ORO
-4	56	52	N/A	N/A	N/A	EL UNIVERSO (INAMSA, ECUADOR Y GALAPAGOS TOURS, UNICO, COOPRISA)	14	2	5	1	2	0	18	LITORAL SUR
-3	57	54	N/A	N/A	N/A	EQUAVISIA (SENEFELDER, GRUPO EDITORIAL VISTAZO, TIVE-LINO)	17	0	6	0	4	0	21	LITORAL SUR
-8	58	50	N/A	N/A	N/A	MARBELLEZ (ATUNIMAR, COPESMA, PESDEL, PESQUERA YELISAVA)	20	0	6	1	7	0	27	MANABI
1	59	60	47	39	40	CORPORACION QUEZADA (QICSA, IMVERESA, AUTOFRON, PRIMA)	19	0	9	0	5	0	24	LITORAL SUR
-2	60	58	48	N/A	N/A	ANDINAMOTORS (LEASINGCORP, AUTOLINE, FERRIBAN, MAXICOL)	21	0	5	0	3	1	24	CENTRO I
-2	61	59	N/A	N/A	N/A	IMPACOMARHER (INMOTERRANOVA, ELECTROPOLIS, SURPACIFIC VILCAGUA)	16	1	2	1	7	0	24	AUSTRO
-1	62	61	49	41	41	ILE (COILE, COMERCIALIZADORA SODOX RUPI)	10	0	4	0	7	0	17	SUR
-1	63	62	50	42	42	EMBITUDOS LA IBERICA (SUPERMERCADO HORTENCIA VARGAS DE JARA E HIJOS, RIOLLANTAS, BIOTRAMPAPAMER)	4	0	2	0	6	0	10	CENTRO II
Total general							1,821	175	704	88	325	39	2,321	

Fecha de corte: 01-OCT-2010

* Ranking en base a Declaraciones de Impuesto a la Renta del período fiscal inmediato anterior, considerando la suma de: Activos, Pasivos, Ingresos y Gastos de los integrantes de cada grupo económico
N/A Indica aquellos grupos económicos que han bajado en el ranking de tamaño
Indica aquellos nuevos grupos económicos

ANEXO N° 5. Datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

RESUMEN ESTADÍSTICO DEL N° DE ESTACIONES DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN AUTORIZADAS EN EL ÁMBITO NACIONAL, POR PROVINCIAS

SITUACIÓN AL 31 ENERO 2011

Provincias	Televisión por Cable Físico	Televisión Codificada Terrestre	Total Estaciones TV- Suscripción
Azuay	17	1	18
Bolívar	7	0	7
Cañar	5	0	5
Carchi	8	1	9
Chimborazo	8	2	10
Cotopaxi	6	0	6
El Oro	21	0	21
Esmeraldas	14	0	14
Galápagos	0	2	2
Guayas	21	6	27
Imbabura	10	0	10
Loja	18	1	19
Los Ríos	17	0	17
Manabí	19	2	21
Morona Santiago	10	0	10
Napo	6	0	6
Francisco de Orellana	4	0	4
Pastaza	3	0	3
Pichincha	20	7	27
Santa Elena	2	0	2
Santo Domingo	4	2	6
Sucumbios	10	0	10
Tungurahua	5	1	6
Zamora Chinchipe	8	0	8
TOTAL:	243	25	268
PORCENTAJE	91%	9%	100%

SERVICIO	N° ESTACIONES	%
Televisión por Cable Físico	243	90,0%
Televisión Codificada Satelital	2	0,7%
Televisión Codificada Terrestre	25	9,3%
TOTAL	270	100%

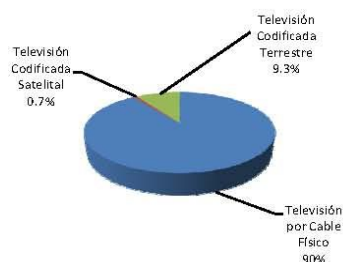
OPERADORES DE TELEVISIÓN CODIFICADA SATELITAL DE COBERTURA NACIONAL

CONCESIONARIO	NOMBRE ESTACION
DIRECTV ECUADOR C.LTDA. DTVE	DIRECTV
EMPRESA PUBLICA CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT-EP	CNT-TV

PROVEEDORES DE SEGMENTO ESPACIAL DE COBERTURA NACIONAL

CONCESIONARIO	NOMBRE ESTACION
TELESAT NETWORK SERVICES INC.	TELSTAR 12
HISPASAT S.A. E HISPAMAR EXTERIOR S.L.	AMAZONAS 1
DIRECTV LATIN AMERICA, LLC.	GALAXY IIIIC
HISPASAT S.A. E HISPAMAR EXTERIOR S.L.	HISPASAT 1C
HISPASAT S.A. E HISPAMAR EXTERIOR S.L.	HISPASAT 1D

ESTACIONES DE TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN

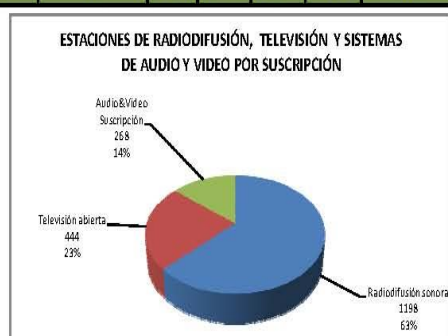


SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES
RESUMEN ESTADÍSTICO DEL N° DE ESTACIONES DE RADIODIFUSIÓN, TELEVISIÓN Y AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN
AUTORIZADAS EN EL ÁMBITO NACIONAL, POR PROVINCIAS

SITUACIÓN AL 31 ENERO 2011

Provincias	Onda Corta O.C.	Amplitud Modulada A.M.	Frecuencia Modulada F.M.			Total Radiodifusión Sonora	Televisión Abierta				Total Televisión abierta	Total Televisión por cable	Televisión Codificada Terrestre	Total Estaciones R & TV TV-suscripción
			Matriz	Repet.	Total FM		VHF	UHF	Matriz	Repet.				
Azuay	0	19	35	37	72	91	16	11	3	24	27	17	1	136
Bolívar	0	5	17	3	20	25	6	3	1	8	9	7	0	41
Carchi	0	2	19	13	32	34	6	11	1	16	17	5	0	56
Cañar	0	8	16	12	28	36	5	11	2	14	16	8	1	61
Chimborazo	0	13	33	25	58	71	11	10	2	19	21	8	2	102
Cotopaxi	1	13	12	1	13	27	5	5	4	6	10	6	0	43
El Oro	0	18	34	21	55	73	9	11	2	18	20	21	0	114
Esmeraldas	0	7	22	17	39	46	7	13	5	15	20	14	0	80
Galápagos	0	1	8	5	13	14	13	16	3	26	29	0	2	45
Guayas	0	48	54	10	64	112	10	16	16	10	26	21	6	165
Imbabura	1	15	25	9	34	50	8	8	3	13	16	10	0	76
Loja	2	8	38	31	69	79	20	9	4	25	29	18	1	127
Los Ríos	0	6	22	17	39	45	7	13	4	16	20	17	0	82
Manabí	0	16	47	29	76	92	11	14	4	21	25	19	2	138
Morona Santiago	4	1	14	16	30	35	13	9	2	20	22	10	0	67
Napo	3	2	10	11	21	26	11	8	2	17	19	6	0	51
Orellana	0	0	10	5	15	15	0	2	0	2	2	4	0	21
Pastaza	0	1	11	5	16	17	7	4	1	10	11	3	0	31
Pichincha	3	47	46	8	54	104	10	16	14	12	26	20	7	157
Santa Elena	0	3	18	31	49	52	7	11	2	16	18	2	0	72
Santo Domingo	1	4	20	21	41	46	6	9	5	10	15	4	2	67
Sucumbios	0	2	20	10	30	32	4	4	2	6	8	10	0	50
Tungurahua	0	18	17	23	40	58	9	10	2	17	19	5	1	83
Zamora Chinchipe	0	0	7	11	18	18	15	4	1	18	19	8	0	45
TOTAL:	15	257	555	371	926	1198	216	228	95	359	444	243	25	1910

SERVICIO	N° ESTACIONES	%
Radiodifusión sonora	1198	63%
Televisión abierta	444	23%
Audio&Video Suscripción	268	14%
TOTAL	1910	100%



ANEXO N° 6.

Copia del documento de Luis Gamboa.

BONITA STEREO

Quito, 4 de Mayo del 2005

Señores
IGLESIA UNIVERSAL del REINO de DIOS
GUAYAQUIL - ECUADOR.

De mi consideración:

Al conocer que Usted, con excelente criterio empresarial desea invertir en la compra inmediata en la adquisición o cesión de derechos radiotelevisivos de una cadena de emisoras y sus respectivas receptoras en FRECUENCIA MODULADA STEREO me permito poner a su consideración todas las frecuencias de RADIO "BONITA" FM con su matriz principal en la ciudad de Ambato y sus respectivas frecuencias provinciales en los siguientes puntos del país: 93.7 TUNGURAHUA - COTOPAXI / 90.7 CHIMBORAZO - BOLIVAR / 106.5 PICHINCHA - IMBABURA / 106.5 STO. DOMINGO DE LOS COLORADOS Y PARTE DE MANABI / 99.5 ESMERALDAS 102.3 PASTAZA / 91.7 MORONA - SANTIAGO / 106.1 NAPO - TENA 108.1 VALLE DE GUIGOS - EL CHACO / 94.5 SUCUMBIOS - FRANCISCO DE ORELLANA y 102.5 BAÑOS - PUYO.

UBICACIÓN y POTENCIAS:

PICHINCHA (QUITO) 5.000 W. / TUNGURAHUA (AMBATO) 2.500 W. / STO. DOMINGO DE LOS COLORADOS 1.000 W. / CHIMBORAZO (RIOBAMBA) 1000 W. EL TENA 1.000 W. / PASTAZA 2.500 W. / FRANCISCO DE ORELLANA (SUCUMBIOS) 1.000 W. / EL PUYO 2.500 W. / ESMERALDAS 1.000 W. Y BAÑOS 500 W.

De llegar a una negociación de esta cadena de emisoras bien organizada nace 35 años y con prestigio nacional, que incluye todas sus instalaciones, terrenos propios, torres con antenas, equipos modernos, etc.; el costo total del "SIS/ETA" "BONITA" COMUNICACION TOTAL CIA. LTDA." Es de \$ 1.800.000 dólares americanos (MILLON OCHOCIENTOS MIL DOLARES AMERICANOS) O por las TRES FRECUENCIAS QUITO-BARRA / STO. DOMINGO -PARTE DE MANABI Y ESMERALDAS... el costo es de \$ 850.000 dólares Americanos, debo aclarar que la estación MATRIZ se puede cambiar a la Ciudad de Quito, lugar de su residencia, previa autorización y aprobación de la SUPERINTENDENCIA DE COMUNICACIONES y de CONARTEL, cuyas gestiones se puede adelantar en el momento de firmar el compromiso de compra-venta de las emisoras en mención.

Para cualquier información adicional o consulta sobre el particular lo puede hacer con el Sr. JOSE LUIS BOLAÑOS C., Persona que me representa en Quito con mi autorización y confianza. (teléfonos 3160 - 350 o 098 - 732 - 507)

Con esta oportunidad ratifico mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente

LUIS A. GAMBOA
GERENTE-PROPIETARIO

BONITA STEREO

ANEXO N° 7.

Listado de concesionarios en mora.

ANEXO 1
CONARTEL

SALDO DE CARTERA POR CONCESIONARIO AL 5 DE SEPTIEMBRE DEL 2003

No.	CONCESIONARIO	TOTAL DEUDA	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
3	PROVINCIA DEL AZUAY								
@	CABRERA PALACIOS JORGE ENRIQUE	4,82							4,82
20	MOLINEROS NELSON FABIAN	131,88					43,61	50,47	37,8
27	MOSCOSO MERCHAN EVA FABIOLA	12,60							12,6
26	PINOS GUARICELA DANIEL ARTURO	12,60							12,6
32	PINOS GUARICELA LAUTARO	12,60							12,6
OK	RVEDO LUNA TOBAR LUIS ALBERTO	114,25							114,25
OK	SUMA PROVINCIA DEL AZUAY	288,55					43,61	50,47	194,47
7	PROVINCIA DE BOLIVAR								
@	FUNDACION RUNACUNAPAC YACHANA HUASI	8,40							8,4
8	GAIBOR ARGUELLO DAYS IVON	9,84			9,84				
12	GAIBOR DE LA PARED JORGE	12,60							12,6
14	SALAZAR CEVALLOS ANIBAL	10,80							10,8
17	TOAPANTA TOAPANTA NESTOR MANUEL	67,25					8,4	25,25	33,6
18	UNION DE ORG. CAMPESINAS SAN LUIS DE PAMBIL	16,80							16,8
19	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR	50,40							50,4
OK	VASCONEZ VALLE HOLGER	14,83							14,83
OK	SUMA PROVINCIA BOLIVAR	190,72			9,84	0	8,4	25,25	147,23
2	PROVINCIA DEL CARCHI								
@	ALMEIDA HURTADO VICENTE	16,80							16,8
12	CABEZAS GUEVARA EFRAIN	83,83				5,07	53,49	25,27	
OK	PARROQUIA ECLESIASTICA DE JULIO ANDRADE	25,20							25,2
OK	SUMA PROVINCIA DEL CARCHI	125,83				5,07	53,49	25,27	42
2	PROVINCIA DEL CAÑAR								
10	ALBERICUS CABLE CIA. LTDA.	9.566,80						8.326,80	1.260,00
13	ORTEGA TAPIA PATRICIO FERNANDO	12,60							12,6
OK	REINOSO AZUERO CARLOS-CAREI CABLE	672,55							672,55
OK	SUMA PROVINCIA DEL CAÑAR	10.271,95						8.326,80	1.945,15
9	PROVINCIA DE CHIMBORAZO								
@	ENCALADA RODRIGUEZ RAFAEL G.	12,60							12,6
27	FERRO INSUASTI OSWALDO ALFREDO	219,78		14,04	185,46	20,28			
29	PEREZ GOMEZ WILSON	33,60							33,6
30	PUMAGUALLE LEMA JUAN PATRICIO	25,20							25,2
OK	QUINZO PARRERO HERBER	208,01		2,34	30,9	20,41	53,49	50,47	50,4
OK	SUMA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	499,19		16,38	216,36	40,69	53,49	50,47	121,80
12	PROVINCIA DE COTOPAXI								
13	LEMA GUAMANI JOSE MARIA	50,40							50,4
15	LUCERO SOLIS JAIME EDUARDO	8,40							8,4
21	MENDOZA YDA. DE FILADELFA	37,80							37,8
25	QUINTANA GALLO ABRAHAM EDMUNDO	37,80							37,8
27	TORO VITERI GUIDO HERNANDO	12,60							12,6
OK	VELASCO ECHEVERRIA RODRIGO VINICIO	1.054,35							1.054,35
OK	SUMA PROVINCIA DE COTOPAXI	1.201,35							1.201,35
2	PROVINCIA DE EL ORO								
9	AGUIRRE CHIRIBOGA TELMO EUCLIDES	8,40							8,4
11	CRESPO JARAMILLO LUIS FELIPE	436,57					25,18	33,65	436,57
16	EMPIA CIA. LTDA.	92,43						37,87	33,6
19	JADAN VERINAZ PEDRO FERNANDO	68,27							50,4
@	LARA ANDRADE MARCO VINICIO	1.747,20							1.747,20
23	ORDONEZ ORDOÑEZ FRANCO KLEVER	58,85						25,25	33,60
26	PRADO AGUILAR JULIO CESAR	8,40							8,4
27	RETRANSMISORA DE TV VIA SATELITE GEOVISION	88.404,66						74.684,66	13.720,00
29	ROMERO CASTRO ROSA NATIVIDAD	25,20							25,2
32	SEMINARIO CURAY MEDARDO	25,20							25,2
OK	TEVECOP S.A.	151,20							151,2
OK	SUMA PROVINCIA DE EL ORO	91.046,38					25,18	74.781,43	16.239,77
2	PROVINCIA DE ESMERALDAS								
4	ALCIVAR BURBANO ANGEL NARCISO	21,00							21,00
11	DELGADO CLAVIJO RAUL HUMBERTO	58,80							58,80
16	LOPEZ SAUD HOMERO HORACIO	37,80							37,8
20	RECALDE BUCHELI JAIME PATRICIO	37,80							37,8
21	SORIA VILLACIS ALICIA	12,60							12,6
23	TELEVISION ESMERALDERA	151,20							151,2
@	VILLAGOMEZ DELGADO AMERICO FULTON	34,61						1,01	33,6
OK	YANEZ BELTRAN JESUS	108,12		0,6	7,68	5,31	35,68	33,65	25,2
OK	SUMA PROVINCIA DE ESMERALDAS	461,93		0,6	7,68	5,31	35,68	34,66	378,00
6	PROVINCIA DEL GUAYAS Y GALAPAGOS								
9	AMAN PILLA BYRON DANILO	8,40							8,4
10	ARDITTO MOLINA CARLOS HDROS.	33,60							33,6
29	ARROBA DITTO VICENTE GABRIEL	1.642,32	421,37	246,63	77,28	51,23	475,94	185,07	184,6
OK	ECUAPRIMICIAS PUBLICIDAD	33,60							33,6
OK	SUMA PROVINCIA DEL GUAYAS Y GALAPAGOS	21,95		2,36	19,62				

**ANEXO 1
CONARTEL**

SALDO DE CARTERA POR CONCESIONARIO AL 5 DE SEPTIEMBRE DEL 2003

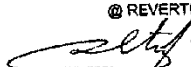
No.	CONCESIONARIO	TOTAL DEUDA	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
51	MAPOLETT S.A.	100,80							100,8
53	MERIT CORP. S.A. ASESORIA Y PRODUCCIONES	100,80							100,8
@	MUSITON	362,60	40,18	20,08	24,80	69,22	188,54		
@	OLMEDO VELASCO VICENTE	42,00			42,00				
@	RADIFESA	93,80		93,80					
@	RADIO ALEGRIA	15,48			15,48				
81	RADIO NOTICIA C.A.	33,80							33,8
84	RADIO Y TELEVISION 44 S.A.	100,80							100,8
85	RADIO DIFUSORES ASOCIADOS CIA. LTDA. SABARC.	104,40							104,4
94	SALCEDO CASTILLO RAUL MARCOS	245,49							245,49
95	SATELCOM S.A.	22.916,11						22.916,11	
98	SISTEMA DE EMISORAS ATALAYA CIA. LTDA.	538,20						235,60	302,4
@	VERGARA JIMENEZ GABRIEL H.	330,77		2,36	30,9	20,28	142,63	134,6	
109	VON LIPPKE MUÑOZ GUNTHER H.	22,68					37,68		22,68
111	VORAGO S.A.	306,68						134,6	134,4
OK	SUMA PROVINCIA DE GUAYAS	27.323,09	461,53	365,23	210,06	160,73	844,79	23.606,16	1.674,57
4	PROVINCIA DE IMBABURA								
	BONIFAZ AGUIRRE W. CRISTOBAL	95,90							95,9
7	CALERO ROJAS LUIS	62,59							62,59
10	CHICAIZA PAREDES SANTIAGO	121,80						12,60	109,20
11	COMPANIA DE TV TELECOMUNICACIONES TVETEL S.	1.209,60							1.209,60
15	EDITORES MMA ASOCIADOS CIA. LTDA.	28,88							28,88
17	GRUPADIO M.C.H.C. LTDA.	134,50						87,3	87,2
19	MORAN MADERA SILVIO ABELARDO	75,60						25,2	50,4
22	MUNICIPIO DE IBARRA - ALCALDE IBARRA	65,52		29,22	36,3				
25	SANDOVAL PASQUEL CALOS	16,80							16,8
OK	SUMA PROVINCIA DE IMBABURA	1.809,19	-	29,22	36,30	-	-	105,10	1.638,57
4	PROVINCIA DE LOJA								
	CABRERA MENA ANGEL JAVIER	21,00					17,84	33,65	21,00
5	CARRASCO CUEVA Y CIA.	85,09							33,6
7	COMPANIA EN NOMBRE COLECTIVO EGEL 3	11.985,97						11.219,87	767,1
14	CUEVA ATARIHUANA GERMAN RAMIRO	151,20							151,2
@	GRANDA GONZALEZ MARLON VICENTE	9,59		1,18	8,43				
17	HERRERA GUERRERO EFRAIN	154,29						53,49	100,8
19	LOAIZA PARDO SAIDE GRACIELA	37,80							37,8
21	MALDONADO SAAVEDRA AURIO BOLIVAR	37,80							37,8
30	SANCHEZ BERMEO VICTOR MANUEL	212,30		2,32	30,9	24,72	53,49	50,47	50,4
34	TORRES CORDERO NORBERTO	25,20							25,2
36	TORRES MORENO LUPE MARLENE	552,01							552,01
36	TORRES ORDOÑEZ BOISER PATRICIO	25,20							25,2
OK	SUMA PROVINCIA DE LOJA	13.297,45		3,46	39,33	24,72	71,33	11.356,48	1.802,11
2	PROVINCIA DE LOS RIOS								
@	ALVARADO PRADO HUMBERTO	0,28							0,28
@	ANDRADE CASSANELO WALTER A	33,28		2,36	30,9				
3	BAJANA CHAVEZ FERNANDO CRISTOBAL	1.283,19							1.283,18
4	BRAVO ENCARNACION EDUARDO RODOLFO	67,25						33,65	33,6
5	BRAVO ENCARNACION MIGUEL ANGEL	84,05					16,8	33,65	33,6
@	RADREY	16,68		1,18	15,48				
OK	SUMA PROVINCIA DE LOS RIOS	1.484,67		3,54	46,38	0	16,8	67,3	1.350,65
@	PROVINCIA DE MANABI								
@	ARROYO HUMBERTO HDROS.	113,08		1,18	15,48	10,27	35,68	50,47	470,40
3	ARROYO RAMIREZ MARIO ROBERTO	470,40							
@	BOWEN EMILIO	4,68		1,18	3,51				12,6
14	DE GENNA ARTEAGA ONOFRE	12,60							16,8
17	DELGADO DELGADO CRUS MELIDA	16,80							5,6
24	ESPINEL ALVAREZ ALBERTO	5,60							63,00
29	FELIX MONTESDEOCA SANDRA JACINTA	63,00							
30	FERNANDEZ CEVALLOS MANUEL	181,16		1,18	15,48	10,14	53,49	50,47	50,4
31	FERRI MONROY HANS HERMAN	129,71		1,18	15,48	10,14	35,68	33,65	33,6
36	HIDALGO VILLAVICENCIO VINICIO	12,60							12,6
37	IGLESIAS MATA DURAN	25,20							25,2
39	LOPEZ MERO JACINTO GUILLERMO	8,40							8,4
47	PONCE MERA EDGA MARLENE	2.620,80						873,90	1.747,20
48	SOLORZANO CRUZATTI RAMON	12,60							12,6
49	SOLORZANO JARAMILLO KARTUM	16,80							16,8
50	SUCRE F.M. ESTEREO	927,88				53,22		142,8	731,68
51	VASQUEZ GONZALEZ CLEMENTE	100,87						60,47	50,4
54	ZAMBRANO IZAGUIRRE PEDRO	1,62							1,62
OK	SUMA PROVINCIA DE MANABI	4.723,61	0	4,7	49,95	83,77	124,55	1.201,46	3.258,88
1	PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO								
8	CABRERA RIERA WILSON	24,36						24.412,25	24,36
9	INIGUEZ MARIN NARDO AQUILES-TV LIMON	24.714,65						10.826,68	302,4
11	LOPEZ CABRERA CARLOS EFRAIN	12.307,08							1.478,40
12	OCHOA BARROS ANTONIO	5,60							5,6
12	ORGANIZACION SHUAR DEL ECUADOR	33,60							33,6
OK	SUMA PROVINCIA MORONA SANTIAGO	37.085,29				0		35.240,93	1.844,36

**ANEXO 1
CONARTEL**

SALDO DE CARTERA POR CONCESIONARIO AL 5 DE SEPTIEMBRE DEL 2003

No.	CONCESIONARIO	TOTAL DEUDA	1986	1987	1988	1989	2000	2001	2002
@	CONSEJO PROVINCIAL NAPO	108,28	20,35	16,13	72,8			37,87	50,4
5	GRANJA RAMOS JOSE DAVID	88,27							8.808,28
7	HIDALGO GUERRA MARIA HILDA TERESA	8.808,28							33,6
@	ROSEIRO CASTILLO AURELIO	111,93		1,18	15,48	10,14	17,88	33,65	8.892,28
OK	SUMAN PROVINCIA DEL NAPO	9.122,55	20,35	17,31	89,69	13,52	17,88	71,52	
1	PROVINCIA DE ORELLANA								58,80
2	CAMBO QUINATO JOSE IGNACIO	58,80							4,20
3	ENCALADA VARGAS FRANCO BENITO	4,20							
OK	PLORES MATUTE CARLOS-ASPI TV	2.359,93						2.359,93	63,00
OK	SUMA PROVINCIA DE ORELLANA	2.422,93							
2	PROVINCIA DE PASTAZA								12,8
@	CEVALLOS ROSALES MARCELO	12,80							
7	HERNANDEZ ZAMORA JULIO	59,36		1,17	15,48	12,23	17,88	12,8	50,4
OK	VARIEDADES RADIO	172,27		2,34	30,9	20,28	17,88	50,47	63,00
OK	SUMA PROVINCIA DE PASTAZA	244,23		3,51	46,38	32,51	35,76	63,07	
@	PROVINCIA DE PICHINCHA								
@	BUCARAM ORTIZ SANTIAGO (CANAL COLORADO)	240,08		14,04	185,48	40,58			
@	CARRERA SERGIO (QUITO TV)	70,04		14,04	56,00				
@	CASTELO BLERIC	89,76		28,83	59,93				67,2
42	DIAZ JOSE HERNAN PATRICIO	67,20							
@	FRUXONE FRANCO BRUNO ANDRES	180,97					89,97	101,00	
@	GARCIA ROMO JORGE	134,45					100,86	33,60	
58	INSTITUTO RADIOFONICO FE Y ALEGRIA "IRFEYAL"	36,96							36,96
64	LEMA CACHIPUENDO MARIO PATRICIO	470,40							470,40
67	MENDOZA DAVILA MARIA DE LOURDES	25,20							25,2
70	NEXSATEL	272.340,00					30.240,00	121.140,00	120.980,00
74	OFICINA COM. RAYMOND WELLS	280,84	185,54	95,3					288,8
75	PERAHERRERA MUÑOZ JOSE OSWALDO	268,80							16,6
@	PINZA EDILBERTO	16,80							25,2
@	REINOSO MALDONADO CARLOS CESAR	25,20							
@	SANCHEZ VERDUGA JOSEPH	96,41		1,20	15,48	10,40	35,68	33,65	315,84
106	TELEVISION SATELITAL S.A. TV-SAT	315,84							16,80
108	TENORIO TINOCO ARCELIO DE JESUS	16,80						422,54	1.476,40
109	TESATEL CIA. LTDA.	1.900,94						21.236,41	
110	TEVECABLE S.A.	21.236,41							
111 &	THE WORLD RADIO HCJB	911,17	143,01	609,22	158,94				100,80
115	UNION NACIONAL DE PERIODISTAS	100,80							
@	URSUS TELECOM CORPORATION	209,00		209,00					
117 &	VELASTEGUI DOMINGUEZ HOLGER AUGUSTO	172,51	19,49	153,02					
OK	SUMA PROVINCIA PICHINCHA	299.198,56	328,04	1.125,65	475,81	50,86	30.468,50	142.687,20	123.782,40
1	PROVINCIA DE SUCUMBIOS								4,20
@	ENCARNACION VERA MERCEDES HORACIO	4,20			20,11				
@	GARRIDO VILLEGAS VICENTE	20,11							
@	PADILLA PEDRO VICENTE	8,40					4,20	4,20	13.371,36
OK	ZAMBRANO MANTUNA CARMEN BEATRIZ	13.371,36							
OK	SUMA PROVINCIA DE SUCUMBIOS	13.404,07			20,11		4,20	4,20	13.375,56
10	PROVINCIA TUNGURAHUA								9,30
14	ERAZO SANCHEZ JUAN JOSE	9,30							16,80
18	LLERENA PAREDES CARLOS GUSTAVO	16,80		5,36	15,48	10,14	53,49	50,47	50,40
23	PAREDES VASCONEZ GONZALO IVAN	185,34							8,40
29	SALAN MASAQUIZA ANA	8,40							33,60
OK	SEVILLA ACOSTA LUIS	109,69		5,36	15,48	6,76	35,68	33,65	118,50
OK	SUMA PROVINCIA TUNGURAHUA	329,53				16,90	89,17	84,12	
5	PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE								26,32
OK	VICARIATO APOSTOLICO DE ZAMORA	26,32							
OK	SUMA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE	26,32							
	SUMA TOTAL	514.555,39	809,82	1.574,98	1.283,37	434,16	31.891,13	300.421,84	178.169,97

NOTAS:
& SENATEL TAMBIEN FACTURO Y COBRO
@ REVERTIDO



**ANEXO 3
CONARTEL**

SALDO DE CARTERA POR CONCESIONARIO AL 5 DE SEPTIEMBRE DEL 2003 CUANTIA MENOR A USD/ \$ 1000

No.	CONCESIONARIO	TOTAL DEUDA	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
3	PROVINCIA DEL AZUAY								
	CABRERA PALACIOS JORGE ENRIQUE	4,62							4,62
@	MOLINEROS NELSON FABIAN	131,88					43,61	50,47	37,8
20	MOSCOSO MERCHAN EVA FABIOLA	12,60							12,6
27	PIÑOS GUARICELA DANIEL ARTURO	12,60							12,6
28	PIÑOS GUARICELA LAUTARO	12,60							12,6
32	RVDO. LUNA TOBAR LUIS ALBERTO	114,25							114,25
OK	SUMA PROVINCIA DEL AZUAY	288,55					43,61	50,47	194,47
7	PROVINCIA DE BOLIVAR								
	FUNDACION RUNACUNAPAC YACHANA HUASI	8,40							8,4
@	GAIBOR ARGUELLO DAYSI IVON	9,84			9,84				12,6
8	GAIBOR DE LA PARED JORGE	12,60							10,8
12	SALAZAR CEVALLOS ANIBAL	10,80							33,6
14	TOAPANTA TOAPANTA NESTOR MANUEL	67,25					8,4	25,25	16,8
17	UNION DE ORG. CAMPESINAS SAN LUIS DE PAMBIL	16,80							50,4
18	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR	50,40							14,63
19	VASCONEZ VALLE HOLGER	14,63							147,23
OK	SUMA PROVINCIA BOLIVAR	190,72			9,84	0	8,4	25,25	
12	PROVINCIA DEL CARCHI								
	ALMEIDA HURTADO VICENTE	16,80							16,8
@	CABEZAS GUEVARA EFRAIN	83,83				5,07	53,49	25,27	25,2
12	PARROQUIA ECLESIASTICA DE JULIO ANDRADE	25,20							42
OK	SUMA PROVINCIA DEL CARCHI	125,83				5,07	53,49	25,27	
10	PROVINCIA DEL CAÑAR								
	ORTEGA TAPIA PATRICIO FERNANDO	12,60							12,6
13	REINOSO AZUERO CARLOS-CAREI CABLE	672,55							672,55
OK	SUMA PROVINCIA DEL CAÑAR	685,15							685,15
9	PROVINCIA DE CHIMBORAZO								
	ENCALADA RODRIGUEZ RAFAEL G.	12,60							12,6
@	PIERRO INSUASTI OSWALDO ALFREDO	219,78		14,04	185,48	20,28			33,6
27	PEREZ GOMEZ WILSON	33,60							25,2
29	PUMAGUALLE LEMA JUAN PATRICIO	25,20							50,4
30	QUINZO PARREÑO HERBER	208,01		2,34	30,9	20,41	53,49	50,47	121,80
OK	SUMA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	499,19		16,38	216,36	40,69	53,49	50,47	
12	PROVINCIA DE COTOPAXI								
	LEMA GUAMANI JOSE MARIA	50,40							50,4
13	LUCERO SOLIS JAIME EDUARDO	8,40							8,4
15	MENDOZA VDA. DE FILADELFIA	37,80							37,8
21	QUINTANA GALLO ABRAHAM EDMUNDO	37,80							37,8
	TORO VITERI GUIDO HERNANDO	12,60							12,6
OK	SUMA PROVINCIA DE COTOPAXI	147,00							147,00
2	PROVINCIA DE EL ORO								
	AGUIRRE CHIRIBOGA TELMO EUCLIDES	8,40							8,4
9	CRESPO JARAMILLO LUIS FELIPE	436,57					25,18	33,65	436,57
11	EMPIA CIA. LTDA.	92,43						37,87	33,6
18	JADAN VERIÑAZ PEDRO FERNANDO	88,27						25,25	50,4
@	ORDÓÑEZ ORDÓÑEZ FRANCO KLEVER	58,85							33,60
23	PRADO AGUILAR JULIO CESAR	8,40							8,4
27	ROMERO CASTRO ROSA NATIVIDAD	25,20							25,2
29	SEMINARIO CURAY MEDARDO	25,20							151,2
32	TEVECORP S.A.	151,20							772,57
OK	SUMA PROVINCIA DE EL ORO	894,52					25,18	96,77	
2	PROVINCIA DE ESMERALDAS								
	ALCIVAR BURBANO ANGEL NARCISO	21,00							21,00
4	DELGADO CLAVIJO RAUL HUMBERTO	58,80							58,80
11	LOPEZ SAUD HOMERO HORACIO	37,80							37,8
16	RECALDE BUCHELI JAIME PATRICIO	37,80							37,8
20	SORIA VILLACIS ALICIA	12,60							12,6
21	TELEVISION ESMERALDEÑA	151,20							151,2
23	VILLAGOMEZ DELGADO AMERICO FULTON	34,61						1,01	33,6
@	YANEZ BELTRAN JESUS	108,12		0,6	7,68	5,31	35,68	33,65	25,2
OK	SUMA PROVINCIA DE ESMERALDAS	461,93		0,6	7,68	5,31	35,68	34,66	378,00
6	PROVINCIA DEL GUAYAS Y GALAPAGOS								
	AMAN PILLA BYRON DANILO	8,40							8,4
OK	SUMA PROVINCIA DEL GUAYAS Y GALAPAGOS	33,60							33,6

**ANEXO 3
CONARTEL**

SALDO DE CARTERA POR CONCESIONARIO AL 5 DE SEPTIEMBRE DEL 2003 CUANTIA MENOR A USD/ \$ 1000

No.	CONCESIONARIO	TOTAL DEUDA	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
37	GALLEGOS VALLEJO ANTONIO	33,80							33,6
48	LESOTHO	100,80							100,8
51	MAFIOLETI S.A.	100,80							100,8
53	MERIT CORP. S.A. ASESORIA Y PRODUCCIONES	100,80							100,8
53	MUSITON	362,80	40,16	20,08	24,80	69,22	188,54		
53	OLMEDO VELASCO VICENTE	42,00			42,00				
53	RADIFESA	93,80		93,80					
53	RADIO ALEGRIA	15,48			15,46				
53	RADIO NOTICIA C.A.	33,60							33,6
81	RADIO Y TELEVISION 44 S.A.	100,80							100,8
84	RADIODIFUSORES ASOCIADOS CIA. LTDA. SABARC.	104,40							104,4
85	SALCEDO CASTILLO RAUL MARCOS	245,49							245,49
94	SISTEMA DE EMISORAS ATALAYA CIA LTDA.	638,20						235,80	302,4
98	VERGARA JIMENEZ GABRIEL H.	330,77		2,36	30,9	20,28	142,63	134,6	
109	VON LIPPKE MUÑOZ GUNTHER H.	22,68							22,68
111	VORAGO S.A.	306,68					37,68	134,6	134,4
OK	SUMA PROVINCIA DE GUAYAS	2.764,66	40,16	118,6	132,76	109,5	368,85	505,00	1.489,77
PROVINCIA DE IMBABURA									
4	BONIFAZ AGUIRRE W. CRISTOBAL	95,90							95,9
7	CALERO ROJAS LUIS	62,59						12,60	62,59
7	CHICAIZA PAREDES SANTIAGO	121,80							109,20
7	EDITORES MMA ASOCIADOS CIA. LTDA.	26,88							26,88
17	GRUPRADIO M.C.H.C. LTDA.	134,50						67,3	67,2
19	MORAN MADERA SILVIO ABELARDO	75,60						25,2	50,4
22	MUNICIPIO DE IBARRA - ALCALDE IBARRA	65,52		29,22	36,3				
25	SANDOVAL PASQUEL CALOS	16,80							16,8
OK	SUMA PROVINCIA DE IMBABURA	599,59		29,22	36,30			105,10	428,97
PROVINCIA DE LOJA									
4	CABRERA MENA ANGEL JAVIER	21,00					17,84	33,65	21,00
5	CARRASCO CUEVA Y CIA.	85,09							33,6
14	CUEVA ATARIHUANA GERMAN RAMIRO	151,20							151,2
14	GRANDA GONZALEZ MARLON VICENTE	9,59		1,16	8,43				
17	HERRERA GUERRERO EFRAIN	154,29						53,49	100,8
19	LOAIZA PARDO SAIDE GRACIELA	37,80							37,8
21	MALDONADO SAAVEDRA AURIO BOLIVAR	37,80							37,8
30	SANCHEZ BERMEO VICTOR MANUEL	212,30		2,32	30,9	24,72	53,49	50,47	50,4
34	TORRES CORDERO NORBERTO	25,20							25,2
35	TORRES MORENO LUPE MARLENE	552,01							552,01
36	TORRES ORDOÑEZ BOISER PATRICIO	25,20							25,2
OK	SUMA PROVINCIA DE LOJA	1.311,48		3,48	39,33	24,72	71,33	137,61	1.035,01
PROVINCIA DE LOS RIOS									
2	ALVARADO PRADO HUMBERTO	0,26							0,26
2	ANDRADE CASSANELO WALTER A	33,28		2,36	30,9				
5	BRAVO ENCARNACION EDUARDO RODOLFO	67,25					16,8	33,65	33,6
5	BRAVO ENCARNACION MIGUEL ANGEL	84,06						33,65	33,6
5	RADREY	16,66		1,18	15,48				
OK	SUMA PROVINCIA DE LOS RIOS	201,48		3,54	46,38	0	16,8	67,3	67,46
PROVINCIA DE MANABI									
2	ARROYO HUMBERTO HDROS.	113,08		1,18	15,48	10,27	35,68	50,47	
3	ARROYO RAMIREZ MARIO ROBERTO	470,40		1,18	3,51				470,40
2	BOWEN EMILIO	4,69							12,6
14	DE GENNA ARTEAGA ONOFRE	12,60							16,8
17	DELGADO DELGADO CRUS MELIDA	16,80							5,6
24	ESPINEL ALVAREZ ALBERTO	5,60							63,00
29	FELIX MONTESDEOCA SANDRA JACINTA	63,00							50,4
30	FERNANDEZ CEVALLOS MANUEL	181,16		1,18	15,48	10,14	53,49	50,47	33,6
31	FERRI MONROY HANS HERMAN	129,71		1,16	15,48	10,14	35,68	33,65	12,6
36	HIDALGO VILLAVICENCIO VINICIO	12,60							25,2
37	IGLESIAS MATA DURAN	25,20							8,4
39	LOPEZ MERO JACINTO GUILLERMO	8,40							12,6
48	SOLORZANO CRUZATTI RAMON	12,60							16,8
49	SOLORZANO JARAMILLO KARTUM	16,80							731,66
50	SUCRE F.M. ESTEREO	927,68				53,22		142,8	50,4
51	VASQUEZ GONZALEZ CLEMENTE	100,87						50,47	1,82
54	ZAMBRANO IZAGUIRRE PEDRO	1,62							
OK	SUMA PROVINCIA DE MANABI	2.102,81	0	4,7	49,95	83,77	124,85	327,86	1.511,68
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO									
1	CABRERA RIERA WILSON	24,36							24,36
1	CABRERA RIERA ANTONIO	5,60							5,6
1	CABRERA RIERA ANTONIO								33,6

**ANEXO 3
CONARTEL**

SALDO DE CARTERA POR CONCESIONARIO AL 5 DE SEPTIEMBRE DEL 2003 CUANTIA MENOR A USD/ \$ 1000

No.	CONCESIONARIO	TOTAL DEUDA	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	PROVINCIA DEL NAPO								
@	CARGUA SILVA LEONOR CECILIA	4,79			1,41	3,38			
@	CONSEJO PROVINCIAL NAPO	109,28	20,35	16,13	72,8				
5	GRANJA RAMOS JOSE DAVID	88,27						37,87	50,4
@	ROSETO CASTILLO AURELIO	111,93		1,18	15,48	10,14	17,88	33,65	33,8
OK	SUMA PROVINCIA DEL NAPO	314,27	20,35	17,31	89,69	13,52	17,88	71,52	84,00
	PROVINCIA DE ORELLANA								
1	CAMBO QUINATO JOSE IGNACIO	58,80							58,80
2	ENCALADA VARGAS FRANCO BENITO	4,20							4,20
OK	SUMA PROVINCIA DE ORELLANA	63,00							63,00
	PROVINCIA DE PASTAZA								
2	CEVALLOS ROSALES MARCELO	12,60							12,6
@	HERNANDEZ ZAMORA JULIO	59,36		1,17	15,48	12,23	17,88	12,6	
7	VARIIDADES RADIO	172,27		2,34	30,9	20,28	17,88	50,47	50,4
OK	SUMA PROVINCIA DE PASTAZA	244,23		3,51	46,38	32,51	35,76	63,07	63,00
	PROVINCIA DE PICHINCHA								
@	BUCARAM ORTIZ SANTIAGO (CANAL COLORADO)	240,06		14,04	185,46	40,58			
@	CARRERA SERGIO (QUITO TV)	70,04		14,04	56,00				
@	CASTELO B.ERIC	89,76		29,83	59,93				
@	DIAZ JOSE HERNAN PATRICIO	67,20							67,2
@	FRIKONE FRANCO BRUNO ANDRES	190,97					89,97	101,00	
@	GARCIA ROMO JORGE	134,45					100,85	33,60	
58	INSTITUTO RADIOFONICO FE Y ALEGRIA "IRFEYAL"	35,96							36,96
64	LEMA CACHIPUENDO MARIO PATRICIO	470,40							470,40
67	MENDOZA DAVILA MARIA DE LOURDES	25,20							25,2
8-@	OPCINA COM. RAYMOND WELLS	260,84	165,54	95,3					268,8
74	PEÑAHERRERA MUÑOZ JOSE OSWALDO	268,80							16,8
75	PINZA EDILBERTO	16,80							25,2
@	REINOSO MALDONADO CARLOS CESAR	25,20							
@	SANCHEZ VERDUGA JOSEPH	96,41		1,20	15,48	10,40	35,68	33,65	
106	TELEVISION SATELITAL S.A. TV-SAT	315,84							315,84
108	TENORIO TINOCO ARCELIO DE JESUS	16,80							16,80
111 &	THE WORLD RADIO HCJB	911,17	143,01	609,22	158,94				100,80
115	UNION NACIONAL DE PERIODISTAS	100,80							
@	URSUS TELECOM CORPORATION	209,00		209,00					
17 &	VELASTEGUI DOMINGUEZ HOLGER AUGUSTO	172,51	19,49	153,02					
OK	SUMA PROVINCIA PICHINCHA	3.719,21	328,04	1.125,65	475,81	50,96	226,50	168,25	1.344,00
	PROVINCIA DE SUCUMBIOS								
1	ENCARNACION VERA MERCEDES HORACIO	4,20							4,20
@	GARRIDO VILLEGAS VICENTE	20,11			20,11				
@	PADILLA PEDRO VICENTE	8,40					4,20	4,20	
OK	SUMA PROVINCIA DE SUCUMBIOS	32,71			20,11		4,20	4,20	4,20
	PROVINCIA TUNGURAHUA								
10	ERAZO SANCHEZ JUAN JOSE	9,30							9,30
14	LLERENA PAREDES CARLOS GUSTAVO	16,80							16,80
18	PAREDES VASCONEZ GONZALO IVAN	185,34		5,36	15,48	10,14	53,49	50,47	50,40
23	SALAN MASAQUIZA ANA	8,40							8,40
29	SEVILLA ACOSTA LUIS	109,69				8,78	35,68	33,65	33,60
OK	SUMA PROVINCIA TUNGURAHUA	329,33		5,36	15,48	16,90	89,17	84,12	118,50
	PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE								
5	VICARIATO APOSTOLICO DE ZAMORA	26,32							26,32
OK	SUMA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE	26,32							26,32
	SUMA TOTAL	15.065,74	388,55	1.328,35	1.186,09	382,95	1.175,19	1.816,82	8.787,69

ANEXO N° 8. Listado de miembros del CONARTEL.

AÑO	NOMBRE	REPRESENTA A	CONCESIONARIO
1995	JORGE AGUILAR VEINTIMILLA	PRESIDENTE	Concesionario
	OSCAR LOPEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS PALACIOS DURANGO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FREDDY GARCIA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FAUSTO SEGOVIA BAUS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	JOSE LASSO RIVADENEIRA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	ROBERTO PAISSALAGUE	MINISTERIO DE EDUCACION	
	HOLGUER CORDOVA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	AMILKAR TAPIA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	ADOLFO LOZA ARGUELLO	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Concesionario
	MARCEL RIVAS	ACTIVE	Concesionario
	RAUL IZURIETA MORA BOWEN	AER	Concesionario
	LOUIS HANNA MUSSE	AER	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO	AER	Concesionario
1996	JORGE AGUILAR VEINTIMILLA	PRESIDENTE	Concesionario
	VICENTE ARROBA DITTO	PRESIDENTE	Concesionario
	OSCAR LOPEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS PALACIOS DURANGO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FREDDY GARCIA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	ROBERTO PAISSALAGUE	MINISTERIO DE EDUCACION	
	HOLGUER CORDOVA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	AMILKAR TAPIA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	GENOVEVA MARION POLANCO LANAS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	PABLO CELI	MINISTERIO DE EDUCACION	
	JORGE MOSQUERA JACOME	MINISTERIO DE EDUCACION	
	ADOLFO LOZA ARGUELLO	SUPERTEL	
	PATRICIO KOHN	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	MARCEL RIVAS	ACTIVE	Concesionario
	LOUIS HANNA MUSSE	AER	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO	AER	Concesionario
1997	VICENTE ARROBA DITTO	PRESIDENTE	Concesionario
	FERNANDO BUCHELI NAULA	PRESIDENTE	
	OSCAR LOPEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS PALACIOS DURANGO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FREDDY GARCIA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	PABLO CELI	MINISTERIO DE EDUCACION	
	JORGE MOSQUERA JACOME	MINISTERIO DE EDUCACION	
	JORGE PIEDRA CARDOSO	MINISTERIO DE EDUCACION	Representa a Concesionario
	PATRICIO KOHN	SUPERTEL	
	NELSON PEÑAFIEL BARREZUETA	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	MARCEL RIVAS	ACTIVE	Concesionario
	CARLOS MUÑOZ INSUA	ACTIVE	Concesionario
	LOUIS HANNA MUSSE	AER	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO	AER	Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
1998	FERNANDO BUCHELI NAULA	PRESIDENTE	
	ALDO OTTATI	PRESIDENTE	
	OSCAR LOPEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS PALACIOS DURANGO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FREDDY GARCIA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	JULIO BURGOS VERGARA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	JORGE PIEDRA CARDOSO	MINISTERIO DE EDUCACION	Representa a Concesionario
	NELSON PEÑAFIEL BARREZUETA	SUPERTEL	
	HUGO GERARDO RUIZ CORAL	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario

ANO	NOMBRE	REPRESENTA A	CONCESIONARIO
1998	FERNANDO BUCHELI NAULA	PRESIDENTE	
	ALDO OTTATI	PRESIDENTE	
	OSCAR LOPEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS PALACIOS DURANGO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FREDDY GARCIA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	JULIO BURGOS VERGARA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	JORGE PIEDRA CARDOSO	MINISTERIO DE EDUCACION	Representa a Concesionario
	NELSON PEÑAFIEL BARREZUETA	SUPERTEL	
	HUGO GERARDO RUIZ CORAL	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	CARLOS MUÑOZ INSUA	ACTIVE	Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
1999	ALDO OTTATI	PRESIDENTE	
	JULIO BURGOS VERGARA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	CARLOS MARCELO DE LA CRUZ RAMOS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	JORGE PIEDRA CARDOSO	MINISTERIO DE EDUCACION	Representa a Concesionario
	HUGO GERARDO RUIZ CORAL	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	CARLOS MUÑOZ INSUA	ACTIVE	Concesionario
	JORGE KRONFLE BARAKAT	ACTIVE	
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
	MARIO CANESSA ONETO	AER	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO	AER	Concesionario
2000	ALDO OTTATI	PRESIDENTE	
	CARLOS MARCELO DE LA CRUZ RAMOS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	AUGUSTO REYES ZUÑIGA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS BURBANO DAVALOS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	JORGE PIEDRA CARDOSO	MINISTERIO DE EDUCACION	Concesionario
	MIGUEL NACER CHAVARRIA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	HUGO GERARDO RUIZ CORAL	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	CARLOS MUÑOZ INSUA	ACTIVE	Concesionario
	JORGE KRONFLE BARAKAT	ACTIVE	
	MARIO CANESSA ONETO	AER	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO	AER	Concesionario
2001	ALDO OTTATI	PRESIDENTE	
	JAIME GUERRERO RUIZ	PRESIDENTE	
	AUGUSTO REYES ZUÑIGA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS BURBANO DAVALOS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS TEODORO VIQUE MUÑOZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	MIGUEL NACER CHAVARRIA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	SUSANA CORDERO DE ESPINOZA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	HUGO GERARDO RUIZ CORAL	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	CARLOS MUÑOZ INSUA	ACTIVE	Concesionario
	MARIO CANESSA ONETO	AER	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO	AER	Concesionario
2002	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
	JAIME GUERRERO RUIZ	PRESIDENTE	
	LUIS TEODORO VIQUE MUÑOZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	JULIO CESAR ZURITA MENDOZA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	SUSANA CORDERO DE ESPINOZA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	HUGO GERARDO RUIZ CORAL	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	CARLOS MUÑOZ INSUA	ACTIVE	Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario

ANO	NOMBRE	REPRESENTA A	CONCESIONARIO
2003	JAIME GUERRERO RUIZ	PRESIDENTE	
	FREDDY MORENO MORA	PRESIDENTE	Concesionario
	JULIO CESAR ZURITA MENDOZA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	CARLOS MARCELO DE LA CRUZ RAMOS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	RENE YELA CEDENO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	SUSANA CORDERO DE ESPINOZA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	CARLOS JULIO MONTOYA VEGA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	TULIO MUÑOZ FIGUEROA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	HUGO GERARDO RUIZ CORAL	SUPERTEL	
	IVAN BURBANO ROMERO	SUPERTEL	
	LEONARDO PONCE MATHEUS	ACTIVE	Representa a Concesionario
	JORGE KRONFLE BARAKAT	ACTIVE	
	NICOLAS VEGA LOPEZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO GOMEZ	AER	Concesionario
2004	FREDDY MORENO MORA	PRESIDENTE	Concesionario
	RICARDO MORALES	PRESIDENTE	
	JULIO CESAR ZURITA MENDOZA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	RAMIRO MOREIRA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	RODRIGO BOHORQUEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	TULIO MUÑOZ FIGUEROA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	NABOR REYES VELEZ	MINISTERIO DE EDUCACION	
	IVAN BURBANO ROMERO	SUPERTEL	
	JORGE KRONFLE BARAKAT	ACTIVE	Representa a Concesionario
	NICOLAS VEGA LOPEZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
2005	ANTONIO GUERRERO GOMEZ	AER	Concesionario
	FREDDY MORENO MORA	PRESIDENTE	Concesionario
	RICARDO MORALES	PRESIDENTE	
	FERNANDO BUCHELI NAULA	PRESIDENTE	
	JULIO CESAR ZURITA MENDOZA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	RAMIRO MOREIRA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	RODRIGO BOHORQUEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	PATRICIO ZAVALA KAROLYS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	VICTOR SALINAS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FABIAN MAYA LARA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	NABOR REYES VELEZ	MINISTERIO DE EDUCACION	
	CONSUELO YANEZ COSSIOS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	BELGICA GUERRERO CAÑAS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	DANILO TORRES	MINISTERIO DE EDUCACION	
	SORAYA ACOSTA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	PABLO SALAZAR	MINISTERIO DE EDUCACION	
	IVAN BURBANO ROMERO	SUPERTEL	
	JORGE KRONFLE BARAKAT	ACTIVE	Representa a Concesionario
2006	NICOLAS VEGA LOPEZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	ANTONIO GUERRERO GOMEZ	AER	Concesionario
	FERNANDO BUCHELI NAULA	PRESIDENTE	
	CARLOS ARSENIO LARCO	PRESIDENTE	
	FABIAN MAYA LARA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FABIO PEÑAFIEL IGLESIAS	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	HERNAN CARRERA ARANCIBIA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	DANILO TORRES	MINISTERIO DE EDUCACION	
	SORAYA ACOSTA	MINISTERIO DE EDUCACION	
	PABLO SALAZAR	MINISTERIO DE EDUCACION	
	EDUARDO CHILQUINGA MAZON	MINISTERIO DE EDUCACION	
	MAURICIO OLIVEROS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	CARLOS ARSENIO LARCO	MINISTERIO DE EDUCACION	
	IVAN BURBANO ROMERO	SUPERTEL	

AÑO	NOMBRE	REPRESENTA A	CONCESIONARIO
2006	JORGE KRONFLE BARAKAT	ACTIVE	
	NICOLAS VEGA LOPEZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	FRANKLIN MAZON	ACTIVE	Concesionario
	ANTONIO GUERRERO GOMEZ	AER	Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
	BERNARDO NUSSBAUM RUF	AER	Concesionario
	FREDDY MORENO MORA	AER	Concesionario
2007	CARLOS ARSENIO LARCO	PRESIDENTE	
	JORGE YUNDA MACHADO	PRESIDENTE	Concesionario
	HERNAN CARRERA ARANCIBIA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	LUIS ERAZO GONZALEZ	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FABIAN MAYA LARA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	EDUARDO CHILIQUE MASON	MINISTERIO DE EDUCACION	
	MAURICIO OLIVEROS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	CARLOS ARSENIO LARCO	MINISTERIO DE EDUCACION	
	IVAN BURBANO ROMERO	SUPERTEL	
	PAUL ROJAS VARGAS	SUPERTEL	
	NICOLAS VEGA LOPEZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	FRANKLIN MAZON	ACTIVE	Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
	BERNARDO NUSSBAUM RUF	AER	Concesionario
	FREDDY MORENO MORA	AER	Concesionario
2008	JORGE YUNDA MACHADO	PRESIDENTE	Concesionario
	FABIAN MAYA LARA	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	CESAR AUGUSTO RAMOS PAZMIÑO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FERNANDO CEVALLOS MORENO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	EDUARDO CHILIQUE MASON	MINISTERIO DE EDUCACION	
	MAURICIO OLIVEROS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	CARLOS ARSENIO LARCO	MINISTERIO DE EDUCACION	
	FABIAN JARAMILLO PALACIOS	MINISTERIO DE EDUCACION	
	PAUL ROJAS VARGAS	SUPERTEL	
	FABIAN JARAMILLO PALACIOS	SUPERTEL	
	NICOLAS VEGA LOPEZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	FRANKLIN MAZON	ACTIVE	Concesionario
	RICARDO RIVERA ARAUZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
	BERNARDO NUSSBAUM RUF	AER	Concesionario
	FREDDY MORENO MORA	AER	Concesionario
2009	JORGE YUNDA MACHADO	PRESIDENTE	Concesionario
	ANTONIO GARCIA REYES	PRESIDENTE	
	CESAR AUGUSTO RAMOS PAZMIÑO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	FERNANDO CEVALLOS MORENO	COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA	Representa a Concesionario
	EDUARDO CHILIQUE MASON	MINISTERIO DE EDUCACION	
	NANCY CRESPO	MINISTERIO DE EDUCACION	
	CARLOS ARSENIO LARCO	MINISTERIO DE EDUCACION	
	FABIAN JARAMILLO PALACIOS	SUPERTEL	
	NICOLAS VEGA LOPEZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	FRANKLIN MAZON	ACTIVE	
	RICARDO RIVERA ARAUZ	ACTIVE	Representa a Concesionario
	LENIN ANDRADE QUIÑONEZ	AER	Concesionario
	BERNARDO NUSSBAUM RUF	AER	Concesionario
	FREDDY MORENO MORA	AER	Concesionario

ANEXO N° 9. Listado Grupo ElJuri.

GRUPO ELJURI	% del Grupo
ITALPISOS SA	100,00%
ECUATORIANA DE MOTOCICLETAS CIA LTDA ECUAMOTOS	100,00%
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO PRINCESTUR SA	100,00%
TELECUADOR C LTDA	100,00%
MOTRICENTRO CIA. LTDA.	100,00%
ARACNO CIA. LTDA.	100,00%
INMOBILIARIA ABODA S.A.	100,00%
ARKREM S.A.	100,00%
LELICO S.A.	100,00%
ASIACAR S.A.	100,00%
PREDIOS E INVERSIONES POLIAR SA	100,00%
ASIAUTO S.A	100,00%
VECINO MARTS S.A. VECINOSA	100,00%
ASUNCORP S.A.	100,00%
INTERBORO TRANSPORT S.A.	100,00%
AUSTROROSAS CIA. LTDA.	100,00%
KMOTOR S.A. (KMOT)	100,00%
AUTOEASTERN S.A.	100,00%
METALPARTES S.A	100,00%
AUTOIBERICA S.A.	100,00%
PARKJOREL C.A.	100,00%
CESTIA S.A.	100,00%
REESE S.A.	100,00%
COMERCIALIZADORA DEL AUSTRO COMERAUSTRO S.A.	100,00%
TV. MAX S.A. TIVIMAXSA	100,00%
CONSORCIO INDUSTRIAL ELECTRONICO CIA LTDA CIEL	100,00%
INDUSTRIAS MOTORIZADAS INDUMOT SA	100,00%
CONSTRUCTORA INMOBILIARIA ELANSA CA	100,00%
INMOBILIARIA ROBERANA S.A.	100,00%
CONSTRUCTORA SAN JERONIMO S.A.	100,00%
INVESTSHORE S.A.	100,00%
CONSTRUCTORA SAN JORGE S.A.	100,00%
KIACONS S.A.	100,00%
CORPSIR S.A.	100,00%
LAS FRAGANCIAS CIA. LTDA.	100,00%
COSMICA CIA LTDA	100,00%
MECANOPARTES S.A	100,00%
DISTRIBUIDORA ELJURI CIA LTDA	100,00%
METROCAR SA	100,00%
ECUADOR CELLULAR ONE S.A.	100,00%

GRUPO ELJURI	% del Grupo
OROVISION S.A.	100,00%
PLAZA VENDOME S.A.	100,00%
ALMACENES JUAN ELJURI C LTDA	100,00%
POLIASA DEL ECUADOR SA	100,00%
PREDIAL E INVERSIONISTA BOYACA SA	100,00%
ELJURI HATARI S.A.	100,00%
PROALIMENT PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A.	100,00%
EUROVEHICULOS S.A.	100,00%
SYBERMOTORS S.A	100,00%
FIBROLUZ CIA. LTDA.	100,00%
TELEVISION ECUATORIANA TELERAMA S.A.	100,00%
FRANGANLICOR CIA. LTDA.	100,00%
VANGUARD PUBLICIDAD Y DISEÑO S.A.	100,00%
AEKIA S.A.	100,00%
INDUSTRIAS E INVERSIONES DEL AUSTRO SA	100,00%
INMOBILIARIA CUMBREWELL S.A.	100,00%
INVERSIONES ALIADAS NEPTUNO SA	100,00%
ENTRETEV S.A.	100,00%
YANGTZE MOTORS ECUADOR S.A.	100,00%
JOFER SA	100,00%
AYMESA S.A.	100,00%
INMOBILIARIA ANTON COMPAÑIA LIMITADA	99,90%
SERVIECASA S.A	99,88%
NONOVO S. A.	99,88%
DISTRIBUIDORA ECUATORIANA CIA LTDA DECA	99,63%
ECUATORIANA DE ARTEFACTOS SA ECASA	99,18%
ENFOQUE DE SERVICIOS, ENDESER S.A.	99,00%
LISLOP S.A	98,94%
ANTONIO ALVAREZ MORENO CIA. LTDA..	98,00%
SAGA EN TECNOLOGIA Y NEGOCIOS (TECNOSAGA) S.A.	98,00%
ELABORADOS DE CARNE SA EDCA	94,82%
VIDEOSON C.L.	93,00%
ANTON HERMANOS COMPAÑIA LIMITADA	90,00%
ASEOTOTAL S.A.	87,50%
SUMMER FLOWER FARMS CIA. LTDA.	79,00%
CERAMICA MONTE TURI C.L.	62,00%
SIDERURGICA ECUATORIANA SA SIDEC	59,83%
CARTORAMA C.A.	55,00%
LUMINAUTO S.A.	51,60%
CONTRAL C LTDA	50,57%
NEOCAMIONES S. A.	50,00%
DISTRIBUIDORA DE INSTRUMENTAL MEDICO DENTAL CIA LTDA	50,00%
TOTALMEGA COMPANY S.A.	50,00%
NODE S.A. NODESA	50,00%

GRUPO ELJURI	% del Grupo
NEOAUTO S. A.	50,00%
SERIUS BUSSINES COMP S.A.	50,00%
FISUM S.A.	50,00%
CORPOKIA S.A.	50,00%
KARNATAKA S.A.	50,00%
INMOBILIARIA MICHEL ANDRES CA	50,00%
KIAUTOS S.A.	50,00%
NEGOCIOS AUTOMOTRICES NEOHYUNDAI S.A.	50,00%
INMOBILIARIA FATIMA SA	50,00%
INMOBILIARIA JOSE JAVIER C LTDA	50,00%
INAMAZONAS, INMOBILIARIA AMAZONAS S.A.	50,00%
COSTA PACITLANT S.A.	49,88%
RECORDMOTOR SA	49,82%
AMAZONASHOT (HOTELERIA, ORGANIZACIONES Y TURISMO) S.A.	44,68%
TEVECABLE S. A.	42,50%
COMPAÑIA NACIONAL DE GAS CONGAS CA	40,47%
SANITARIOS-HYPOO-CO S.A.	40,00%
EXTRIDASA S.A.	40,00%
LANDUNI S.A.	39,19%
HEURE S.A.	35,00%
FORJAUM S.A.	35,00%
TAX BUREAU CIA. LTDA.	35,00%
BINSALA ENTRETENIMIENTOS DE LA ALBORADA S. A.	35,00%
TELEFONIA CELULAR TELECEL S.A.	33,33%
AUTOTOTAL S.A.	33,00%
EMBOTELLADORA AZUAYA SA EASA	32,57%
PLASTIAZUAY SA	31,56%
MECANICA DE PRECISION LEMA DEL PACIFICO MEPRELPA S.A.	30,00%
IMPARTES S.A.	26,73%
EMPRESA DE TELEVISION SATELCOM SA	25,00%
HOSPITAL DEL RIO HOSPIRIO S.A.	21,12%
AUTSCOREA S.A.	20,00%
SERVICIOS AGREGADOS Y DE TELECOMUNICACIONES NETWORK SATNET S.A.	20,00%
KUEN S.A.	20,00%
AUTOMOTORES HIDROBO ESTRADA AUTHESA S.A	20,00%
INMOBILIARIA DEL AUSTRO S.A. AUSTROINMO	20,00%
CHEDANE S.A.	20,00%
CERAMICA ANDINA CA	19,81%
APARTAMENTOS Y HOTELES ECUATORIANOS APARTEC SA	18,29%
POLIGRAF ANDINA C LTDA	17,82%
COMPAÑIA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A. ERCO	17,51%
COMPOBAIN S.A.	17,50%
ANDUJAR S.A.	16,26%

GRUPO EL JURI		% del Grupo
CUENCAORO HOTELERA CUENCA S. A.		15,47%
COMPANIA ANONIMA ECUATORIANA DE CERAMICA		13,37%
O.V. HOTELERA MACHALA S.A.		12,06%
EMPRESA HOTELERA CUENCA CA		10,34%
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.		10,00%
CRISTALERIA DEL ECUADOR SA CRIDESA		9,66%
CORPORACION FAVORITA C.A.		9,60%
CONSORCIO ECUATORIANO AUTOMOTRIZ C.A. CONECA		8,89%
SOCIEDAD MEDICA DEL AUSTRO SOMEDICA CIA. LTDA.		8,33%
OMNIBUS BB TRANSPORTES SA		7,46%
INDURAMA SA		3,41%
HOTEL ORO VERDE S.A. HOTVER		3,14%
NEUROLAB S.A. LABORATORIO DE NEUROFISIOLOGIA CLINICA		2,94%
MEGADISCOS S.A.		1,83%
SINAILAB S.A.		1,76%
RENOVALLANTA S.A.		1,75%
ZONA FRANCA DE ESMERALDAS, COMPANIA DE ECONOMIA MIXTA ZOFREE		1,69%
PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A. PLANAUTOMOTOR		1,36%
CONSTRUCCIONES INDUSTRIALES S.A. CONSTRINSA		1,34%
SERVIESA S. A.		1,34%
ALIMENTOS ECUATORIANOS LOS ANDES S.A. AECDESA		1,34%
LICORES SAN MIGUEL S.A. LICMIGUEL		1,34%
TECOCEL S.A. ZONA FRANCA HOSPITAL DE LOS VALLES		1,15%
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA		1,14%
KERAMIKOS S.A.		1,08%
NEOTRUCK S. A.		1,00%
PANAMERICAN CENTER FOR HIGHER INSTPACE CIA. LTDA.		1,00%
COMPANIA DE ECONOMIA MIXTA AUSTROGAS		0,89%
H.O.V. HOTELERA QUITO SA		0,75%
HOTELES Y NEGOCIOS TURISTICOS PIEDRATURIS S.A.		0,72%
EL CLUB DE EJECUTIVOS DE QUITO SA		0,67%
CORPORACION ECUATORIANA DE LICORES Y ALIMENTOS SA CELYASA		0,51%
AUSTROIMAGENES S.A.		0,50%
INVERSANCARLOS S.A.		0,48%
SOCIEDAD AGRICOLA E INDUSTRIAL SAN CARLOS SA		0,48%
HOMSI HOSPITAL MONTE SINAI S.A.		0,44%
HUERTOS UZHUPUD SA		0,36%
ELECTROCUENCA C.A.		0,36%
INMOBILIARIA CATARI SA		0,35%
CERAMICA RIALTO SA		0,18%
ELECTROQUIL S.A.		0,15%
TABACALERA ANDINA SA TANASA		0,11%

GRUPO EL JURI	% del Grupo
EL CARRUSEL C LTDA	0,10%
CABLES ELECTRICOS ECUATORIANOS CABLEC C.A.	0,06%
INDALUM INDUSTRIAL DE ALUMINIO SA	0,04%
INVERSIONES FERRAZANO SA	0,04%
CONSORCIO ALPHA SA	0,04%
GASGUAYAS S.A.	0,04%
CEPSA S.A.	0,04%
CONJUNTO CLINICO NACIONAL CONCLINA CA	0,04%
LAFARGE CEMENTOS S.A.	0,03%
SOCIEPLAST SA	0,03%
PREDIAL PIRITU S.A.	0,02%
CENTROS COMERCIALES DEL ECUADOR CA	0,01%
CONTICORP SA	0,00%
MERCOINTELG S.A.	0,00%
HOLCIM ECUADOR S.A.	0,00%
ARTEFACTOS ECUATORIANOS PARA EL HOGAR S.A. ARTEFACTA	0,00%

ANEXO N° 10.

Participación de las empresas Financieras y no Financieras.

GRUPO ISAIAS	% del Grupo
SERVICIO AEROMEDICO COMPAÑIA LIMITADA	100,00%
PREDIAL INMOBILIARIA BALCON DE GARDENIAS BALGAR SA	100,00%
PREDIAL INDUSTRIAL PATRISA SA	100,00%
AMIPAT S.A.	100,00%
DINTRO S.A.	99,50%
TOCOPARC S.A.	62,50%
TEVECABLE S. A.	57,50%
HANSENCORP S.A.	50,00%
SOLERSA TRADE S.A.	50,00%
AQUAM SA	50,00%
WINSKI S.A.	50,00%
SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES SETEL S.A	40,00%
MAYOBRA S.A.	37,50%
CORPORACION TROPICAL CORTROP S.A.	30,00%
EMPRESA DE TELEVISION SATELCOM SA	25,00%
LA RESERVA FORESTAL (REFOREST) S.A.	3,33%
TABACALERA ANDINA SA TANASA	1,00%
SERVICIOS DE TELEVISION POR CABLE Y TELECOMUNICACIONES STCT S.A.	1,00%
LA INTERNACIONAL SA	0,02%
SUPERTEX S.A.	0,02%
INMOBILIARIA DEL PACIFICO, IMPACSA S.A.	0,02%
ELECTROQUIL S.A.	0,01%
INMOBILIARIA MISAMIRAS S.A.	0,00%
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES SA	0,00%

GRUPO VIVANCO	% del Grupo
INDUSTRIAL INMOBILIARIA LA ZARZUELA C. LTDA.	100,00%
QUIMEXCOMPANY S.A.	100,00%
AGRICOLA LIMON REAL C LTDA	100,00%
EXPORTACION, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION EXPROCOM CIA LTDA	100,00%
LICO S.A.	90,00%
SERVICIOS AGREGADOS Y DE TELECOMUNICACIONES NETWORK SATNET S.A.	80,00%
EDITORIAL MINOTAURO SA	67,44%
PLANETA SUR PLANETSUR CIA. LTDA.	60,00%
SERVICIOS CONTABLES RATE 1 CIA. LTDA.	50,00%
EDICENTRAL S.A.	49,01%
ESTUDIO JURIDICO VIVANCO & VIVANCO CIA. LTDA	49,00%
EDITORES ESMERALDENOS - EDIESA S.A.	47,87%
EDITORES DE PRENSA ORGANIZADOS CRONICAS DE AMBATO E.D.I.E.P.O.C.A. S.A	38,10%
EDITORIAL LA HORA DE LOJA EDIHORA CIA. LTDA.	38,00%
EDIMANABI, EDITORA MANABITA S.A.	31,92%
TELEFONIA CELULAR TELECEL S.A.	25,29%
HERNANDEZ, MANCHENO & HIDALGO INGENIERIA, SERVICIOS Y REPRESENTACIONES S.A.	25,00%
AGRICOLA OYAMBARO C LTDA	22,00%
INDUSTRIA FRIGORIFICA MANTA S.A. INDUFRISA	5,00%
TRANS URBACAT CIA. LTDA.	2,00%
INAPESA SA	1,55%
EL CLUB DE EJECUTIVOS DE QUITO SA	0,33%
CHILLO CLUB CAMPESTRE SA	0,29%
CORPORACION FAVORITA C.A.	0,06%
INDUSTRIAL MIL UNO SA	0,05%
PARAISO RIO VERDE S.A. (PARARIOVER)	0,05%
TECOCEL S.A. ZONA FRANCA HOSPITAL DE LOS VALLES	0,05%
TEVECABLE S. A.	0,00%

GRUPO EGAS	% del Grupo
PREDIOS GUITIG BAJO PREGUISA SA	100,00%
PROMOTORA DE VIAJES Y TURISMO SA PROVITUR	100,00%
MAFLOW CIA. LTDA.	100,00%
YELLOW PEPPER ECUADOR YEPECUA CIA. LTDA.	100,00%
AGROPESA, INDUSTRIA AGROPECUARIA ECUATORIANA SA	100,00%
MUNDIMAIL ECUADOR S.A.	100,00%
AMERAFIN S.A.	100,00%
TEVCUSTODIA CIA. LTDA.	100,00%
AUTO DELTA CIA LTDA	100,00%
IRALGRAF ECUATORIANA C LTDA	100,00%

GRUPO EGAS	% del Grupo
BRUMAONDA S.A.	100,00%
MIRACOM S.A.	100,00%
BUFS CIA. LTDA.	100,00%
PICHINCHA CASA DE VALORES, PICAVAL S.A.	100,00%
CENTRO COMERCIAL EL CONDADO SA	100,00%
SOSA PRODUCCIONES SOPRODU CIA. LTDA	100,00%
CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.	100,00%
INMOBILIARIA DIAMANTE INMODIAMANTE S.A.	100,00%
COMPAÑIA ATISCODE STRATEGIC COMMUNICATIONS AND PUBLIC RELATIONS S.A.	100,00%
INMOSUECIA CIA. LTDA.	100,00%
COMPAÑIA SINVES S.A.	100,00%
KAFEYBAR CIA. LTDA.	100,00%
COMPLEMENTOS EMPRESARIALES COMEMP S.A.	100,00%
MB-MAYFLOWER BUFFALOS S.A.	100,00%
CONSORCIO DEL PICHINCHA S.A. CONDELPI	100,00%
MULTICINES S.A.	100,00%
CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA CONSTRUECUADOR S.A.	100,00%
NOB HILL CLUB TURISMO SA	100,00%
CORPIDE CORPORACION PUBLICITARIA INTEGRAL DELTA C LTDA	100,00%
PROAUTO C.A.	100,00%
CREALZA S.A. ALIANZA Y CRECIMIENTO	100,00%
RIDACA C.A	100,00%
CREDI FE DESARROLLO MICROEMPRESARIAL S.A.	100,00%
TECNOCAR C.A.	100,00%
DINEDICIONES SA	100,00%
UCB INIZIATIVA CIA. LTDA.	100,00%
DINFORMATICA S.A.	100,00%
INMOBILIARIA INDINER SA	100,00%
DINSISTEMAS C LTDA	100,00%
INMOBILIARIA RIGOLETTO S.A.	100,00%
DINVIAJES SA	100,00%
INMOTRECE S.A.	100,00%
DIRECPIC PICHINCHA DIRECTO S.A.	100,00%
IVENTTE S.A.	100,00%
E. MAULME C.A.	100,00%
LAND ADQUISITION LANDA CIA. LTDA.	100,00%
ECUASTOCK S.A.	100,00%
MATERIALES INDUSTRIALES DE LA COSTA C LTDA	100,00%
EGALAR S.A	100,00%
MEGAMAXI S.A.	100,00%
EMPRESA DE COMUNICACIONES VIA SATELITE EMCOVISA SA	100,00%
MOVILRED S.A.	100,00%
ESCAVILLA SA	100,00%

GRUPO EGAS	% del Grupo
LUXURYGROUP CIA. LTDA.	78,00%
COMOHOGAR SA	75,24%
CITOTUSA SOCIEDAD ANONIMA	75,00%
PROMOTORA HOTEL DANN CARLTON QUITO, PROMODANN CIA. LTDA.	75,00%
BEBELANDIA S.A.	72,34%
ADMINELI CIA. LTDA.	67,00%
SILMAREN CIA. LTDA.	66,67%
ENMARSI CIA. LTDA.	66,60%
EMPRESA TURISTICA PLAZA DE TOROS MONUMENTAL AMBATO C LTDA	66,00%
VANGUARDIA DE MERCADOS LATINOS C.A. (VAMERCA)	66,00%
CIRKWITOS S.A.	65,00%
MARCIONELLI S.A.	63,00%
STRATEGIC MEDIA PLANNING PLANIMEDIOS S.A.	60,00%
SUMIL C.A.	60,00%
INMOBILIARIA MONTELIMAR S.A.	58,00%
MALLPROM S.A.	56,25%
CENTROS COMERCIALES DEL ECUADOR CA	55,36%
ALIANZA DE MERCADOS ESTRATEGICOS S.A. ESALIANSA	55,00%
INVERSION Y DESARROLLO - INVEDE S.A.	52,18%
GEREST CIA. LTDA	51,00%
INVERSIONES Y DESARROLLO INDESAR C LTDA	50,00%
MODEIBERICA CIA. LTDA.	50,00%
PETROPROTECCION S.A	50,00%
COMERCIALIZADORA DE ABASTOS ELECTRICOS S.A. CODABE	50,00%
PROIMAK S.A.	50,00%
ADJUCON S.A.	50,00%
COMPTECO COMPRA POR TELEFONO CONSORCIO COMERCIAL S.A.	50,00%
RESMAREN CIA. LTDA.	50,00%
FAVIMATIC S.A.	50,00%
EMPRESA DE TECNOLOGIA DIGITAL ECUATORIANA EMTEC S.A.	50,00%
ENMARAN CIA. LTDA.	48,00%
MAXIPAN S.A.	45,00%
ENERMAX S.A	40,60%
ARMORICA S.A.	40,00%
IMPORPOINT S.A.	40,00%
ARVAKUR S.A.	39,65%
TRANSPORTADORA ECUATORIANA DE VALORES TEVCOL S.A.	39,30%
TERRAFERTIL S.A.	39,00%
LONGING SYSTEM DEL ECUADOR S.A	38,75%
TARSIJOI S.A.	38,75%
POLLO FAVORITO SA POFASA	38,00%
MOLINOS LA UNION SA	37,82%

GRUPO EGAS	% del Grupo
TELEVISION Y VENTAS TELEVENT S.A.	33,95%
PAPAYA NET CIA. LTDA.	33,50%
DELLAFIORI S.A.	33,25%
INTERNATIONAL TRADING GROUP ITG S.A.	33,00%
CINEKILOTOA S.A.	33,00%
HIGH IMAGE CIA. LTDA.	33,00%
DANTON S.A.	27,75%
INDUSTRIAS OTAVALOINC C.A.	25,00%
ENMARDOS S.A.	20,00%
BANRED S.A.	17,79%
MISTERBOOKS S.A.	17,00%
INMOBILIARIA CANALES ASOCIADOS DEL ECUADOR S.A. (INCATEVSA)	16,67%
COMPANIA DE ECONOMIA MIXTA PUERTO TERRESTRE DE ESMERALDAS PUERTOGREEN C.E.M.	15,63%
INMOBILIARIA DEL SOL S.A. MOBILSOL	11,95%
INMOBILIARIA LARRENAR SA	10,25%
NOVAEDICIONES S.A.	10,00%
PROESTADIO S.A.	9,76%
DEPOSITO CENTRALIZADO DE COMPENSACION Y LIQUIDACION DE VALORES DECEVALE S.A.	5,56%
SUJOLI IMPORTACIONES CIA. LTDA.	5,00%
SERVICIOS Y MATERIALES VARIOS SERVIMATERIAL S.A.	5,00%
PLAN AUTOMOTOR ECUATORIANO S.A. PLANAUTOMOTOR	4,09%
TEXTILES NACIONALES SA TENASA	2,99%
FESALUD S.A.	2,52%
ENCHAPES DECORATIVOS SA ENDESA	2,50%
LA INDUSTRIA HARINERA SA LAIHA	2,03%
GOLDENMOB S.A.	2,00%
PRODALBUCA S.A.	2,00%
PRODALMACO S.A.	2,00%
HIDRONANEGAL S.A.	1,65%
LA VINA CIA LTDA	1,20%
CORPORACION FAVORITA C.A.	1,13%
ALIPROBUQUI S.A.	1,00%
ALPROMAQ S.A.	1,00%
CLUB DE LA UNION QUITO S.A. UNICLUB	1,00%
BOSQUES TROPICALES S.A. BOTROSA	0,85%
HOTEL COLON INTERNACIONAL CA	0,75%
CONSORCIO ECUATORIANO AUTOMOTRIZ C.A. CONECA	0,67%
EL CLUB DE EJECUTIVOS DE QUITO SA	0,67%
AESCLAPIUS S.A.	0,66%
MONTEAVENTINO INVESTMENT S.A.	0,35%
ELECTROQUIL S.A.	0,28%

GRUPO EGAS	% del Grupo
EDUARDO TRUJILLO B. CIA LTDA	0,27%
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES SA	0,25%
AGLOMERADOS COTOPAXI SOCIEDAD ANONIMA	0,22%
TECOCEL S.A. ZONA FRANCA HOSPITAL DE LOS VALLES	0,18%
GRUPO EL COMERCIO C.A.	0,13%
BUENGOURMET ECUADOR S.A.	0,12%
ZONA FRANCA DE ESMERALDAS, COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA ZOFREE	0,11%
PADIECAR SA	0,10%
EMPRESA DURINI INDUSTRIA DE MADERA CA EDIMCA	0,08%
IMBABURA TURISTICA C.A. IMBATURIS	0,07%
COMPAÑIA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A. ERCO	0,07%
ANDUJAR S.A.	0,07%
EMPRESA PASTEURIZADORA QUITO SA	0,05%
CONJUNTO CLINICO NACIONAL CONCLINA CA	0,03%
LABORATORIOS CARLON LABCARLON S.A.	0,02%
TECNICAS Y CONTROL DE TRAFICO S.A. DIGIKONTROL	0,01%
THE TESALIA SPRINGS COMPANY S.A.	0,00%
INDUSTRIAS ALES CA	0,00%
EMPAQPLAST S.A.	0,00%

EMPRESAS INACTIVAS DEL GRUPO EGAS	
CONSORCIO REVISION VEHICULAR DANTON	
CONSORCIO FIMM SUMIL C.A.	

GRUPO ALVARADO	% del Grupo
MERCANTIL FELDENSA S.A.	100,00%
TEVEUNO S.A. (TEVE- UNO)	100,00%
PROYECTO URBANISTICO LUCES DEL RIO S.A. (LURIOSA)	100,00%
INMOBILIARIA ROALVA S.A.	100,00%
MEDIRED S.A.	100,00%
INMOBILIARIA ALCOR SA	100,00%
ALVAPESA SA	100,00%
TELEVISORA NACIONAL COMPAÑIA ANONIMA TELENACIONAL CA	99,99%
INTERNAL RESOURCES S.A. INTERESEA	98,00%
BONUDIEM S.A.	94,00%
ARTES GRAFICAS SENEFELDER CA	78,14%
INVERSIONES NACIONALES CA	70,00%
CORPORACION ECUATORIANA DE TELEVISION SA	67,62%
EDITORES NACIONALES SOCIEDAD ANONIMA (ENSA)	65,00%
CORPORACION ECUATORIANA DE NEGOCIOS DE TELECOMUNICACIONES CENDETEL S.A.	50,00%
DONTROPIC S.A.	50,00%

GRUPO EGAS	% del Grupo
EDUARDO TRUJILLO B. CIA LTDA	0,27%
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES SA	0,25%
AGLOMERADOS COTOPAXI SOCIEDAD ANONIMA	0,22%
TECOCEL S.A. ZONA FRANCA HOSPITAL DE LOS VALLES	0,18%
GRUPO EL COMERCIO C.A.	0,13%
BUENGOURMET ECUADOR S.A.	0,12%
ZONA FRANCA DE ESMERALDAS, COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA ZOFREE	0,11%
PADIECAR SA	0,10%
EMPRESA DURINI INDUSTRIA DE MADERA CA EDIMCA	0,08%
IMBABURA TURISTICA C.A. IMBATURIS	0,07%
COMPAÑIA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A. ERCO	0,07%
ANDUJAR S.A.	0,07%
EMPRESA PASTEURIZADORA QUITO SA	0,05%
CONJUNTO CLINICO NACIONAL CONCLINA CA	0,03%
LABORATORIOS CARLON LABCARLON S.A.	0,02%
TECNICAS Y CONTROL DE TRAFICO S.A. DIGIKONTROL	0,01%
THE TESALIA SPRINGS COMPANY S.A.	0,00%
INDUSTRIAS ALES CA	0,00%
EMPAQPLAST S.A.	0,00%

EMPRESAS INACTIVAS DEL GRUPO EGAS	
CONSORCIO REVISION VEHICULAR DANTON	
CONSORCIO FIMM SUMIL C.A.	

GRUPO ALVARADO	% del Grupo
MERCANTIL FELDENSA S.A.	100,00%
TEVEUNO S.A. (TEVE- UNO)	100,00%
PROYECTO URBANISTICO LUCES DEL RIO S.A. (LURIOSA)	100,00%
INMOBILIARIA ROALVA S.A.	100,00%
MEDIRED S.A.	100,00%
INMOBILIARIA ALCOR SA	100,00%
ALVAPESA SA	100,00%
TELEVISORA NACIONAL COMPAÑIA ANONIMA TELENACIONAL CA	99,99%
INTERNAL RESOURCES S.A. INTERESEA	98,00%
BONUDIEM S.A.	94,00%
ARTES GRAFICAS SENEFELDER CA	78,14%
INVERSIONES NACIONALES CA	70,00%
CORPORACION ECUATORIANA DE TELEVISION SA	67,62%
EDITORES NACIONALES SOCIEDAD ANONIMA (ENSA)	65,00%
CORPORACION ECUATORIANA DE NEGOCIOS DE TELECOMUNICACIONES CENDETEL S.A.	50,00%
DONTROPIC S.A.	50,00%

GRUPO ALVARADO	% del Grupo
UNIVISA S.A.	50,00%
FRANCISCO ALVARADO GONZALEZ CIA. LTDA.	50,00%
AGROESPIRITU S.A.	50,00%
INMOBILIARIA CANALES ASOCIADOS DEL ECUADOR S.A. (INCATEVSA)	16,67%
INSTITUTO EDUCATIVO MODERNO DE GUAYAQUIL INEMOQUIL C LTDA	9,94%
EDUCACION Y CREATIVIDAD EDUCREA CIA. LTDA.	4,17%
AUTOMOTORES DE FRANCIA COMPAÑIA ANONIMA AUTOFRANCIA C.A.	0,15%
PRODUVETECE S.A.	0,13%
ELECTROQUIL S.A.	0,05%
TELEFONICALINK DEL ECUADOR S.A.	0,00%

GRUPO MANTILLA	% del Grupo
EDIECUATORIAL S.A.	100,00%
SERVICIOS PUBLICITARIOS SERVIPUBLICIDAD C LTDA	100,00%
SERVENDIS S.A.	100,00%
CONSTRUCTORA Y ADMINISTRADORA DE EDIFICIOS CA CYADE	100,00%
TREBOLORO S.A.	100,00%
ECUADORADIO S.A.	100,00%
INVERSIONES NAPOR C LTDA	100,00%
LINTERNA MAGICA S.A. LINMAGICA	99,88%
INTERNATIONAL TRADING COMPANY OF ECUADOR I.T.C. ECUADOR S.A	99,88%
MEGADATOS S.A.	90,69%
PRISMASA S.A.	75,00%
PRODATA SA	58,33%
PROMOCIONES Y ANUNCIOS PROANUNCIO C LTDA	40,00%
GRUPO EL COMERCIO C.A.	37,47%
DIMENSIONES SERVICIOS Y REPRESENTACIONES DIMACQUA CIA. LTDA.	34,00%
DEINMA S.A.	27,75%
SISTEMAS GUIA S.A. GUIASA	26,25%
PRODUCCION Y EDICION DE IMPRESOS PRODEDIM CIA. LTDA.	25,00%
ABANICO EXPRESS SUPUBLICIDAD CIA. LTDA.	25,00%
RESINAS Y QUIMICOS DEL ECUADOR S.A. REQUIMEC	22,72%
COMPAÑIA ANONIMA EMPRESA DE TEATROS Y HOTELES DE QUITO	20,29%
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CLEANBUSINESS CIA. LTDA.	14,29%
CELMEDIA S.A.	13,00%
EDICION E IMPRESION POPULAR GEDIMPO S.A.	10,00%
SERVICIOS DIGITALES DE INFORMACION AUDIOHOY CIA. LTDA.	5,56%
PALMERAS DEL ECUADOR SA	5,00%

GRUPO MANTILLA	% del Grupo
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES SA	2,63%
H.O.V. HOTELERA QUITO SA	1,11%
EL CLUB DE EJECUTIVOS DE QUITO SA	1,00%
VELYMAN S.A.	0,50%
OFFSETEC SA	0,23%
FESAECUADOR S.A.	0,23%
EDICIONES POR SATELITE S.A. EDISATELITE	0,19%
AUTOMOTORES DE FRANCIA COMPAÑIA ANONIMA AUTOFRANCIA C.A.	0,17%
CHILLO CLUB CAMPESTRE SA	0,14%
LANDUNI S.A.	0,06%
CERAMICA ANDINA CA	0,06%
TECOCEL S.A. ZONA FRANCA HOSPITAL DE LOS VALLES	0,03%
CONJUNTO CLINICO NACIONAL CONCLINA CA	0,02%
LA INTERNACIONAL SA	0,01%
INMOBILIARIA DEL PACIFICO, IMPACSA S.A.	0,01%
SUPERTEX S.A.	0,00%
TELEVISORA NACIONAL COMPAÑIA ANONIMA TELENACIONAL CA	0,00%
LICORES DE EXPORTACION SA LICORESA	0,00%
CORPORACION FAVORITA C.A.	0,00%

GRUPO PEREZ	% del Grupo
SCUALOCORP C.A.	100,00%
UNIPRENSA S.A.	100,00%
UNIDIARIO S.A.	100,00%
AGRICOLA GUAYAQUIL SA	100,00%
MURIBLUS S.A.	100,00%
ARALMAR ARENAS ALMAR SA	100,00%
SURPLUS S.A.	100,00%
CERARMONIA S.A.	100,00%
UNIEDICIONES S.A.	100,00%
ESPECIES DE BAJAMAR BAJESPEC SA	100,00%
INDUSTRIALIZADORA DE ALIMENTOS SANTA INES (IASI C.LTDA.)	100,00%
INMOBILIARIA SANTA MONICA SA	100,00%
INDUTRADE S.A.	100,00%
PROMOTALENTO S.A.	99,90%
POLY S.A.	99,88%
RAQUILSA S.A.	99,88%
AEROBODEGAS AEROBOSA SA	50,00%
CONSTRUCCIONES Y PROMOCIONES ALCAR SA	50,00%
INMOBILIARIA CORCEGA INCORDA S.A.	50,00%
VALCHICP S.A.	20,00%
VOPAK ECUADOR S.A.	11,69%

GRUPO PEREZ	% del Grupo
EMPRESA MINERA CUMBARATZA SA	3,00%
COMPAÑIA ANONIMA EL UNIVERSO	0,40%
LAUCATS S.A.	0,10%
ECUALERE S.A.	0,03%
UNIORO SA	0,02%
ELECTROQUIL S.A.	0,00%
EDITORIAL NUEVE SOCIEDAD ANONIMA EDINUEVE	0,00%
CORPORACION INTERNACIONAL CORINT S.A.	0,00%
CORPORACION GRAFICA POPULAR SOCIEDAD ANONIMA COGRAPSA	0,00%

GRUPO MARTINEZ	% del Grupo
EXTRA RADIO S.A. EXTRADIO	100,00%
ALREZ S.A.	100,00%
INMOBILIARIA BROMELIA S.A	99,99%
NEGOCIOS GRAFICOS GRAFDESING S.A.	99,95%
NEGOCIOS GRAFICOS DISENGRAF S.A.	99,95%
DISPROGRA (DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS GRAFICOS SOCIEDAD ANONIMA)	99,95%
NEGOCIOS GRAFICOS GRAFINPREN S.A.	99,95%
NEGOCIOS GRAFICOS NEGOFRAF S.A.	99,95%
GRAFICOS NACIONALES SA GRANASA	90,55%
TZIPORA S.A.	90,00%
CONSTRUNOVUS S.A.	40,00%
EDITORIAL GRAN TAURO GRANTAU CIA. LTDA.	30,00%
EL CLUB DE EJECUTIVOS DE QUITO SA	0,33%
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES SA	0,08%
ELECTROQUIL S.A.	0,01%
COMPAÑIA ANONIMA ECUATORIANA DE CERAMICA	0,01%

NOTA: Los valores 0,00% representan una participación sin significación estadística

ANEXO N° 11. Listado de las personas que tienen participación en los medios de comunicación.

NOMBRE O RAZON SOCIAL	NÚMERO DE MEDIOS
EGAS GRIJALVA DARIO FIDEL ALEJANDRO	10
ELJURI ANTON JUAN GABRIEL	9
ELJURI ANTON JORGE EDUARDO	8
ACOSTA ANDRADE JUAN BERNARDO	8
ANTON IZA OLGA	6
ECOFSA, CASA DE VALORES S.A.	5
QUIROLA FIGUEROA ESTEBAN CELIO	5
ELJURI ANTON HENRY	5
ELJURI ANTON GLADYS MARY	4
ELJURI ANTON OLGUITA MARIA EULALIA	4
ACOSTA ESPINOSA JAIME JOSE	3
ROLDOS AGUILERA LEON EUSEBIO	3
SALAZAR EGAS JUAN FERNANDO	3
MANTILLA MOSQUERA GUADALUPE	2
HERDOIZA CATTANI JORGE ESTUARDO	2
DAVALOS SALAZAR ERNESTO PATRICIO	2
BERMEO ROSALES RODRIGO ALEJANDRO	2
IZURIETA MORA BOWEN RICARDO ALFONSO	2
EGAS SOSA JUAN PABLO	2
PACHECO MUNILL ENRIQUE	2
CORRAL BORRERO JULIO EDUARDO	2
GUERRERO PONCE JOSE FELIX ABDON ENRIQUE	2
VALLEJO ESPINOSA FELIPE	2
CASTRO HIDALGO ALEJANDRO GUILLERMO	2
CARTWRIGHT BETANCOURT ERROL WILLIAN	2
MANTILLA CASHMORE ANDREA	2
CARVAJAL HUERTA JOSE LEONARDO	2
MAZON FIGLIOLE FRANKLIN JAVIER	2
DINEDICIONES SA	2
COMPAÑIA ANONIMA EL UNIVERSO	2
SALAZAR BARRAGAN JOSE LEON	2
GARAICOA ROMOLEROUX ENRIQUE JOSE JACINTO	2
CRESPO SEMINARIO CARLOS MANUEL	2
CONSTRUCTORA SAN JERONIMO S.A.	2
FREUND RUF KURT ALFREDO	2
IZURIETA MORA BOWEN RAUL OSWALDO	2
ROMERO CHANGO WAGNER WASHINGTON	1
PALACIOS ALVAREZ LINCOLN RAMIRO	1
VELASCO MANTILLA DIANA CAROLINA	1

NOMBRE O RAZON SOCIAL	NÚMERO DE MEDIOS
EGAS SOSA FIDEL ESTEBAN	1
PIZARRO ALVAREZ MARIO SANTIAGO	1
CARPIO MORA LUIS ENRIQUE	1
TECNIQUIMICA C LTDA	1
ALMEIDA DIAZ BERTHA MARIA	1
MEJIA MONTESDEOCA LUIS ALFREDO	1
ALMEIDA MOSQUERA FRANCISCO XAVIER	1
PEREZ INTRIAGO ALVARO PATRICIO ALFREDO FEDERICO	1
ACQUAVIVA MANTILLA JORGE FABRIZIO SAMELE	1
ROJAS ZAMORA LIGIA BEATRIZ	1
CESTIA S.A.	1
SALINAS MEDINA EDGAR ELOY	1
CEVALLOS CAZAR ALICIA PIEDAD EUGENIA	1
ULLAURI PEREZ GALO ALBERTO	1
ENRIQUEZ JARAMILLO TERESA DEL CARMEN	1
MARTINEZ CARRERA DAVID	1
CHAVEZ CARRERA GUSTAVO EFRAIN	1
MOSQUERA FERRO ROSARIO MARIA	1
FREUND RUF MARIO	1
PAREDES VASCONEZ GONZALO IVAN	1
AVILES CEPEDA JORGE ALBERTO	1
PERRONE GALARZA JORGE ENRIQUE	1
GARCIA ARRIETA SEGUNDO ABELARDO	1
RIPALDA MORA CECILIA LEONAR	1
GARCIA BUENO MARCELO EDMUNDO	1
ROMAN TROYA JORGE LUIS	1
GUERRERO GOMEZ IRENE MARIA VALENTINA	1
EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES SA	1
AYERVE ROSAS OSCAR RENE	1
SANTILLAN SANTILLAN VICENTE UBALDO	1
BARRERA MENA PABLO SEBASTIAN	1
TROYA MORA MANUEL ALBERTO	1
HURTADO LARREA GUSTAVO RAUL	1
VALLE MINUCHE PRISCILA ALEXANDRA	1
INDUSTRIAL MOLINERA CA	1
ZAMBRANO SEGOVIA MARIANO NICANOR	1
INMOBILIARIA RIGOLETTO S.A.	1
DIAZ JOSE HERNAN PATRICIO	1
INVERSIONES B.G. SOCIEDAD ANONIMA	1
MONCADA SANCHEZ ESTHER MATILDE	1
ISAIAS MOHAUAD JUAN CARLOS	1
BORJA CARLOS ALBERTO	1
AGUIRRE NAVARRETE RAFAEL IGNACIO	1
PALLARES GOMEZ DE LA TORRE JAVIER	1

NOMBRE O RAZON SOCIAL	NUMERO DE MEDIOS
BONILLA ABARCA JOSE WASHINGTON	1
PARRA GIL FRANCISCO	1
JARAMILLO MOSCOSO JUAN MARTIN	1
PEREZ INTRIAGO JOSE FEDERICO	1
JERVES RAMIREZ PEDRO DAVID	1
PINOS GUARICELA SILVIO BOLIVAR	1
JERVES RAMIREZ REBECA CAROLINA RAFAELA DEL ROSARIO	1
DIOCESIS DE LATACUNGA	1
JIMENEZ ALVARADO LUIS EDUARDO	1
RIPALDA MORA EMILIO FRANCISCO JAVIER	1
LAMA PICO TEOFILO	1
ECHEVERRIA GAVILANEZ ENRIQUE	1
LARA ANDRADE VICENTE RENE ESTUARDO	1
ROMERO CEVALLOS LUIS JOAQUIN	1
LASO BERMEO ALFONSO EDUARDO	1
CALISTO ARTETA JOSE MARIA FERNANDO	1
LEON PAEZ RAMIRO FRANCISCO	1
SALAZAR EGAS PABLO FIDEL	1
LOPEZ TORRES PEDRO JOSE	1
SANTACRUZ ROSERO JORGE ALFREDO	1
LUNA TOBAR LUIS ALBERTO	1
SERRANO ZAMBRANO VICENTE ANTONIO	1
MACHADO CARLOS EFRAIN	1
TELEAMAZONAS-GUAYAQUIL S.A.	1
MANTILLA ANDERSON JAIME ENRIQUE	1
UGARTE VALAREZO BOANERGES	1
DE CASTRO GONZALEZ EDUARDO	1
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	1
MANTILLA CASHMORE ROBERTO DIEGO	1
CANESSA ONETO MARIO JOSE	1
MANTILLA GOMEZ DE LA TORRE ALVARO XAVIER	1
VILLACRES SMITH LUIS ARSENIO	1
MANTILLA MOSQUERA AIDA MAGDALENA	1
EGAS LARREATEGUI FRANCISCO JAVIER	1
DELGADO ALVARADO HECTOR LUCIANO	1
Total general	201